

**MESTRADO**  
ECONOMIA E GESTÃO DO AMBIENTE

# **Perceções sobre a Responsabilidade Social e Ambiental na Indústria do Futebol: um Estudo Exploratório**

Ana Rita Moreira Simões

**M**

2018





---

PERCEÇÕES SOBRE A RESPONSABILIDADE SOCIAL E  
AMBIENTAL NA INDÚSTRIA DO FUTEBOL: UM ESTUDO  
EXPLORATÓRIO

**Ana Rita Moreira Simões**

---

Dissertação  
Mestrado em Economia e Gestão do Ambiente

---

Orientado por  
**Professor Doutor Manuel Emílio Mota de Almeida Delgado Castelo Branco**

---

2018

## **Nota Biográfica**

Ana Rita Moreira Simões nasceu em Paranhos, concelho do Porto, a 20 de junho de 1995.

Licenciou-se em Gestão pela Faculdade de Economia da Universidade do Porto, com uma média de 14 valores, em 2016, ano em que iniciou o Mestrado em Economia e Gestão do Ambiente na mesma faculdade, cuja parte curricular terminou com 17 valores.

Entre novembro de 2015 e junho de 2018, pertenceu à associação Já T'Explico, uma organização que dá apoio educativo a crianças do 5º ao 9º ano, com menos possibilidades financeiras e apoio familiar, onde fez voluntariado, dando explicações duas tardes por semana a duas meninas do 8º ano, que acompanhou desde o ano em que entrou para a associação.

Em 2016, inscreveu-se como dadora de sangue, tendo feito várias dádivas desde então.

## **Agradecimentos**

À minha Mãe, ao meu Pai e à Tatiana, a minha Irmã, por estarem sempre presentes durante todo o meu percurso escolar, acompanhando-me e incentivando-me.

A toda a minha família, que, com mais ou menos proximidade, também contribuiu sempre para o meu sucesso académico.

A todos os meus amigos e colegas, que, de diferentes formas, me deram apoio e me incentivaram ao longo de todo este trabalho.

Ao Já T'Explico, que me fez crescer e ver o mundo de outra forma. E à Beatriz Mourato e à Tatiana dos Reis, as “minhas pequenitas”, que, sem saberem, me foram dando força para realizar este e outros trabalhos ao longo do mestrado.

E, por fim, ao meu orientador, o Professor Doutor Manuel Castelo Branco, pelo apoio, disponibilidade e paciência ao longo de todo o processo de investigação.

A todos o meu muito obrigada!

## Resumo

O desporto tem impactos sociais e ambientais e é importante que as organizações desportivas os conheçam e que tentem consciencializar a sociedade para estes impactos, recorrendo ao seu poder de comunicação e implementando iniciativas social e ambientalmente responsáveis. Estas têm vindo a tornar-se cada vez mais importantes, mas é necessário que a sociedade tenha uma perceção positiva em relação a elas, de modo a que as organizações desportivas não sejam prejudicadas pelo facto de as implementarem.

As perceções em relação a estas iniciativas variam com diferentes fatores, como é o caso dos fatores sociodemográficos e das motivações das empresas, mas existem alguns fatores que diferenciam as organizações desportivas, como é o caso do afeto, lealdade, paixão e relação de cada um com um clube, que podem beneficiar a Responsabilidade Social e Ambiental nos clubes desportivos. Assim, esta tem sido cada vez mais incluída nas organizações desportivas, tornando-se numa tendência, que se verifica com um aumento dessa comunicação nos *websites*.

Internacionalmente, as grandes instituições desportivas (IOC, FIFA e UEFA) já implementaram medidas neste sentido. Em Portugal, os ‘Três Grandes’ já implementaram iniciativas sociais e ambientais, embora a sua comunicação ainda não seja muita, visto que é difícil obter informação através dos seus *websites*.

Ao mesmo tempo, estas iniciativas não são tidas como suficientes, apesar das perceções relativamente positivas acerca delas e da Responsabilidade Social e Ambiental, também comprovadas pelas iniciativas sociais e ambientais que cada indivíduo toma.

Palavras-chave: Desporto, Futebol, Impacto Ambiental, Responsabilidade Social e Ambiental

## **Abstract**

Sports have social and environmental impacts and it is important that sporting organisations know them and try to raise society's awareness of these impacts, using their power of communication and implementing socially and environmentally responsible initiatives. These have become increasingly important, but society needs to have a positive perception of them so that sports organisations are not harmed by the fact that they implement them.

The perceptions regarding these initiatives vary with several factors, such as the sociodemographic factors and the motivations of the companies, but there are some factors that differentiate sports organisations, such as affection, loyalty, passion and relationship of with one with a club, that can benefit Social and Environmental Responsibility in sports clubs. Thus, this has been increasingly included in sports organisations, becoming a trend, which occurs with an increase in communication on websites.

Internationally, the major sports institutions (IOC, FIFA and UEFA) have already implemented measures in this direction. In Portugal, the 'Três Grandes' have already implementing social and environmental initiatives, although their communication is still not much, since it is difficult to obtain information through their websites.

At the same time, these initiatives are not considered enough, despite the relatively positive perceptions about them and Social and Environmental Responsibility, also proven by the social and environmental initiatives that each individual take.

**Keywords:** Sports, Football, Environmental Impact, Social and Environmental Responsibility

## Índice

Nota Biográfica.....	ii
Agradecimentos .....	iii
Resumo .....	iv
Abstract.....	v
Índice.....	vi
Lista de Abreviaturas e Siglas .....	vii
Índice de Tabelas.....	viii
Índice de Gráficos.....	ix
<b>2.1. Impacto Social e Ambiental do Desporto</b> .....	4
<b>2.2. Responsabilidade Social e Ambiental (RSA) no Desporto</b> .....	9
3. RSA nos Principais Organismos Internacionais.....	14
<b>3.1. The International Olympic Committee (IOC)</b> .....	14
<b>3.2. Fédération Internationale de Football Association (FIFA)</b> .....	15
<b>3.3. Union of European Football Associations (UEFA)</b> .....	16
4. RSA nos ‘Três Grandes’ .....	18
<b>4.1. Futebol Clube do Porto (FCP)</b> .....	19
<b>4.2. Sport Lisboa e Benfica (SLB)</b> .....	20
<b>4.3. Sporting Clube de Portugal (SCP)</b> .....	21
5. Metodologia .....	23
6. Resultados .....	26
<b>6.1. Análise Sociodemográfica</b> .....	26
<b>6.2. Perceções sobre a Responsabilidade Social e Ambiental</b> .....	29
7. Conclusão.....	45
Referências Bibliográficas .....	49
Anexos .....	55
<b>Anexo 1: Inquérito</b> .....	55
<b>Anexo 2: Respostas ao Inquérito (tabelas)</b> .....	60



## **Lista de Abreviaturas e Siglas**

**FCP:** Futebol Clube do Porto

**FIFA:** Fédération Internationale de Football Association

**IOC:** The International Olympic Committee

**RA:** Responsabilidade Ambiental

**RS:** Responsabilidade Social

**RSA:** Responsabilidade Social e Ambiental

**SCP:** Sporting Clube de Portugal

**SLB:** Sport Lisboa e Benfica

**UEFA:** Union of European Football Associations

**WWF:** World Wildlife Fund

## Índice de Tabelas

Tabela 1: Top 10 mundial dos clubes com mais sócios (MaisFutebol, 2016) .....	18
Tabela 2: Dados sociodemográficos.....	60
Tabela 3: Sócios, adeptos e simpatizantes dos ‘Três Grandes’ .....	61
Tabela 4: Responsabilidade Social .....	61
Tabela 5: Responsabilidade Ambiental .....	61
Tabela 6: Percepções sobre a Responsabilidade Social e Ambiental nos FCP.....	62
Tabela 7: Percepções sobre a Responsabilidade Social e Ambiental nos SLB .....	62
Tabela 8: Percepções sobre a Responsabilidade Social e Ambiental nos SCP .....	62
Tabela 9: Número de iniciativas conhecidas .....	62
Tabela 10: Avaliação das iniciativas dos ‘Três Grandes’.....	63
Tabela 11: Avaliação do número de iniciativas nos ‘Três Grandes’.....	63
Tabela 12: Avaliação de possíveis iniciativas.....	64
Tabela 13: Importância da Responsabilidade Social por sexo, idade e habilitações literárias .....	65
Tabela 14: Importância da Responsabilidade Ambiental por sexo, idade e habilitações literárias.....	65
Tabela 15: Atividades social e ambientalmente responsáveis realizadas .....	66
Tabela 16: Iniciativas dos ‘Três Grandes’ conhecidas pelos inquiridos de acordo com o seu clube .....	66
Tabela 17: Percepções sobre a RSA dos ‘Três Grandes’ pelos seus sócios/adeptos/simpatizantes.....	67
Tabela 18: Avaliação (média) das iniciativas dos ‘Três Grandes’ pelos seus sócios, adeptos e simpatizantes.....	67

## Índice de Gráficos

Gráfico 1: Sexo .....	27
Gráfico 2: Idade .....	27
Gráfico 3: Habilitações Literárias .....	27
Gráfico 4: Formação Académica Base .....	27
Gráfico 5: Situação Profissional .....	27
Gráfico 6: Clubes dos inquiridos .....	28
Gráfico 7: Sócios, adeptos e simpatizantes do FCP .....	28
Gráfico 8: Sócios, adeptos e simpatizantes do SLB .....	28
Gráfico 9: Sócios, adeptos e simpatizantes do SCP .....	28
Gráfico 10: Importância da Responsabilidade Social .....	29
Gráfico 11: Preocupações Sociais (orçamento) .....	29
Gráfico 12: Número de atividades socialmente responsáveis realizadas .....	30
Gráfico 13: Importância da Responsabilidade Ambiental .....	30
Gráfico 14: Preocupações Ambientais (orçamento) .....	30
Gráfico 15: Número de atividades ambientalmente responsáveis realizadas .....	31
Gráfico 16: Perceções sobre a Responsabilidade Social (FCP) .....	31
Gráfico 17: Perceções sobre a Responsabilidade Ambiental (FCP) .....	31
Gráfico 18: Perceções sobre a Responsabilidade Social (SLB) .....	32
Gráfico 19: Perceções sobre a Responsabilidade Ambiental (SLB) .....	32
Gráfico 20: Perceções sobre a Responsabilidade Social (SCP) .....	32
Gráfico 21: Perceções sobre a Responsabilidade Ambiental (SCP) .....	32
Gráfico 22: Número de iniciativas conhecidas .....	33
Gráfico 23: Avaliação da iniciativa do FCP .....	34
Gráfico 24: Avaliação das iniciativas do SLB .....	34
Gráfico 25: Avaliação das iniciativas do SCP .....	35
Gráfico 26: Avaliação do número de iniciativas nos ‘Três Grandes’ .....	35
Gráfico 27: Avaliação de possíveis iniciativas (I) .....	36
Gráfico 28: Avaliação de possíveis iniciativas (II) .....	36
Gráfico 29: Avaliação de possíveis iniciativas (III) .....	36
Gráfico 30: Importância da RS por sexo .....	37
Gráfico 31: Importância da RA por sexo .....	37
Gráfico 32: Importância da RS por idade .....	37

Gráfico 33: Importância da RA por idade .....	38
Gráfico 34: Importância da RS por habilitações literárias.....	38
Gráfico 35: Importância da RA por habilitações literárias .....	39
Gráfico 36: Correlação entre a importância da RS e número de atividades realizadas .....	40
Gráfico 37: Correlação entre a importância da RA e número de atividades realizadas .....	40
Gráfico 38: Atividades socialmente responsáveis.....	41
Gráfico 39: Atividades ambientalmente responsáveis .....	41
Gráfico 40: Iniciativas dos ‘Três Grandes’ conhecidas pelos inquiridos de acordo com o seu clube .....	41
Gráfico 41: Perceções sobre a RSA no FCP pelos sócios, adeptos e simpatizantes dos ‘Três Grandes’ .....	42
Gráfico 42: Perceções sobre a RSA no SLB pelos sócios, adeptos e simpatizantes dos ‘Três Grandes’ .....	42
Gráfico 43: Perceções sobre a RSA no SCP pelos sócios, adeptos e simpatizantes dos ‘Três Grandes’ .....	42
Gráfico 44: Avaliação (média) das iniciativas dos ‘Três Grandes’ pelos seus sócios, adeptos e simpatizantes.....	43

## 1. Introdução

Atualmente, o ambiente é um tema cada vez mais importante para a sociedade. São inúmeras as influências que o Homem tem sobre o ambiente e a consciência desta influência é cada vez maior. Há quem se refira, na esteira do Prémio Nobel da Química, Paul Crutzen, ao surgimento de uma nova era (Antropocénico), em que o ser humano “contribui de forma significativa para a alteração do equilíbrio ambiental” (Bini, Ferrarini, Spiandorello, Wahsha e Zilioli, 2017, p. 1).

Como qualquer outra atividade realizada pelo ser humano, o desporto tem um impacto ambiental (McCullough, Pfahl e Nguyen, 2016). O desporto, de um modo geral, associa-se à saúde física e psicológica dos indivíduos que o praticam, juntamente com a sua qualidade de vida e o seu bem-estar (Lang et al., 2018), mas, ao mesmo tempo, tem uma pegada ecológica muito grande (McCullough et al., 2016). Os diferentes desportos podem provocar mais ou menos impactos no ambiente, uma vez podem exigir estruturas de apoio e/ou devastação de espaços verdes para a sua localização, e ser influenciados pelas alterações climáticas que se têm vindo a registar nos últimos anos (Trendafilova, Babiak e Heinze, 2013). Quando se pensa no futebol, certamente que se podem enumerar alguns danos para o ecossistema envolvente. É por isso que as organizações desportivas, que movem *grandes massas*, devem conhecer o seu impacto ambiental, assim como desenvolver iniciativas para o mitigar.

É também do domínio público que as organizações desportivas têm desenvolvido um conjunto de ações que visam o bem-estar da sociedade, evidenciadas por ações de solidariedade, isto é, o desporto tem também um grande impacto social que pode ser positivo ou negativo (Kim, Jun, Walker e Drane, 2015). Tal como com o impacto ambiental, as organizações desportivas devem conhecer o seu impacto social e tentar que este seja maioritariamente positivo.

Isto é possível se estas organizações levarem a cabo iniciativas sociais e ambientais que lhes permitam atingir objetivos desta natureza. A presente dissertação pretende abordar o tema das perceções sobre a Responsabilidade Social e Ambiental (RSA) na indústria do futebol, isto é, o que é que cada um conhece e pensa sobre as iniciativas social e ambientalmente responsáveis levadas a cabo pelas organizações desportivas, em particular, pelos três maiores clubes de futebol portugueses.

O ponto de partida é o desporto como um todo, sendo dado um maior ênfase ao futebol, o ‘desporto-rei’ na Europa (Kulczycki e Koenigstorfer, 2016), em especial, aos seguintes clubes: Futebol Clube do Porto (FCP), Sport Lisboa e Benfica (SLB) e Sporting Clube de

Portugal (SCP), uma vez que são os três maiores clubes futebolísticos nacionais (os “Três Grandes”). Esta escolha deve-se ao facto de estes serem os clubes com uma maior expressão em termos de sócios, adeptos e simpatizantes no nosso país e com uma maior dimensão organizacional e financeira. Essa dimensão é o que permite aos clubes levar a cabo iniciativas social e ambientalmente responsáveis (Kulczycki e Koenigstorfer, 2016).

A motivação para investigar este tema surge, inicialmente, do grande interesse pessoal pelo desporto e pela RSA. O facto de o desporto ter um grande potencial de melhoria nas questões da RSA e na sensibilização de multidões para determinadas causas levou à escolha deste tema em concreto.

Desta forma, espera-se que este trabalho seja útil para mostrar que o futebol pode, por exemplo, participar na luta contra as desigualdades sociais e contra as alterações climáticas, gerando comportamentos e atitudes conscientes para fazer frente aos problemas sociais e ambientais e contribuir para a sensibilização das pessoas nestas matérias.

Assim, este trabalho tem como objetivos:

- Perceber quais das iniciativas de RSA dos três grandes clubes portugueses são conhecidas;
- Perceber como é que essas iniciativas são avaliadas;
- Perceber se essas iniciativas são consideradas suficientes.

São estes objetivos que conduzem à seguinte questão de investigação: **Qual é a perceção dos indivíduos relativamente às iniciativas social e ambientalmente responsáveis levadas a cabo pelos ‘Três Grandes’ do futebol português?** De forma a responder a esta questão de forma mais adequada, foi efetuada a distinção entre sócios, adeptos, simpatizantes e restantes respondentes (que incluiu apoiantes de outros clubes que não os “Três Grandes” e aqueles que não dão importância ao futebol), uma vez que o nível de envolvimento com o clube não é o mesmo entre estes grupos

Para investigar este tema, a recolha de dados foi feita por meio de inquéritos online, utilizando o Google Forms para a construção e divulgação do inquérito e o Microsoft Office Excel para a análise dos dados.

O trabalho divide-se em diferentes capítulos e respetivos subcapítulos. Inicialmente apresenta-se a *Revisão de Literatura*, onde se efetua um enquadramento teórico do tema desta dissertação, dividida em dois subcapítulos, *Impacto Social e Ambiental do Desporto* e *Responsabilidade Social e Ambiental no Desporto*. No capítulo seguinte, *RSA nos Principais Organismos Internacionais*, apresentam-se brevemente os três maiores organismos

internacionais ligados ao desporto e ao futebol, cada um com um subcapítulo. Depois segue-se o capítulo *RSA nos 'Três Grandes'*, onde se apresenta, sumariamente, cada um dos três clubes observados, dedicando-se um subcapítulo a cada um deles. Posteriormente, no capítulo *Metodologia*, faz-se uma descrição dos métodos de investigação utilizados para responder à questão de investigação e atingir os objetivos propostos. Seguidamente, no capítulo *Resultados*, são apresentados os dados obtidos no inquérito e discutidos os resultados obtidos, nos subcapítulos *Análise Sociodemográfica* e *Perceções sobre a Responsabilidade Social e Ambiental*. Por fim, são apresentadas as *Conclusões* obtidas com este estudo, baseadas nos objetivos e na questão de investigação anteriormente referidos.

## 2. Revisão de Literatura

O grande objetivo deste capítulo é sumarizar os conhecimentos existentes na área da RSA no desporto, introduzindo assim o tema e contextualizando a investigação. Está dividido em dois subcapítulos, *Impacto Social e Ambiental do Desporto* e *Responsabilidade Social e Ambiental no Desporto*. O primeiro pretende apresentar os impactos do desporto nas áreas social e ambiental para que seja possível perceber quais as iniciativas sociais e ambientais a implementar. O segundo subcapítulo pretende apresentar a RSA no contexto desportivo, perceber qual a sua importância e motivos pelos quais é implementada, além das formas utilizadas pelas organizações desportivas para promover esse tipo de iniciativas. A promoção destas iniciativas é um dos pontos fundamentais deste trabalho, uma vez que vai conduzir às percepções de cada um sobre a RSA no desporto.

### 2.1. Impacto Social e Ambiental do Desporto

O desporto pode ser visto como uma instituição social importante que pode apresentar mecanismos para legitimar os sistemas políticos e económicos e que tem impactos económicos e sociais significativos, sendo uma parte fundamental da sociedade (Godfrey, 2009). A cultura contribuiu para o estabelecimento de tal instituição (McCullough et al., 2016), a qual também contribui para a construção da identidade de um grupo de pessoas, embora possa dividi-las em grupos, dentro de um país e entre países (Gibson et al., 2014).

A indústria desportiva está a crescer rapidamente e prevê-se que esta tendência se mantenha no futuro (Babiak e Trendafilova, 2011). Apesar disso, muito do desenvolvimento desportivo está subordinado a outras políticas, como é o caso da educação ou da saúde (Coalter, 2017). No caso do futebol, esta indústria é composta por várias organizações desportivas, cujas estruturas, dimensão e até natureza são diferentes entre si (Manoli, 2015) e os clubes de futebol têm dois grandes objetivos principais: alcançar o sucesso desportivo (‘dentro de campo’), ao nível dos resultados desportivos, e comercial (‘fora de campo’), ao nível da estabilidade financeira e económica (Roşca, 2011).

O desporto acontece de diferentes formas, sendo os eventos desportivos aqueles que têm uma maior visibilidade. Estes eventos têm impactos a vários níveis, entre os quais socioculturais, ambientais e económicos, ou até políticos e turísticos, quer positivos, quer negativos, embora o peso de cada um, e consequentemente o seu balanço, seja desconhecido, e, “apesar de os eventos desportivos serem de curta duração, podem produzir vários impactos a curto e a longo prazo” (Djaballah, Hautbois e Desbordes, 2015, p. 48).



As organizações desportivas reconhecem que precisam de compreender melhor os impactos ambientais que causam (Collins, Jones e Munday, 2009), mas a maior parte dos estudos realizados abordam os impactos económicos destes eventos, já que são estes que apoiam tomadas de decisão política, como é o caso das candidaturas dos países a organizadores dos Jogos Olímpicos ou do Mundial de Futebol, por exemplo. Recentemente, o estudo dos impactos sociais e ambientais tem vindo a ganhar algum peso, sendo feito seguindo duas abordagens diferentes, a perceção dos residentes em relação ao evento desportivo em causa e o impacto que esse evento tem em concreto (Oshimi, Harada e Fukuhara, 2016).

As perceções sobre os impactos dos eventos desportivos dependem de alguns fatores sociodemográficos, como é o caso da idade ou do género – os mais jovens têm tendência a identificar os impactos negativos e as mulheres tendem a ter uma grande perceção dos impactos positivos e negativos (Oshimi et al., 2016). Ao mesmo tempo, estudos sugerem que as perceções sobre a RSA são determinadas pelas motivações da organização ao implementá-las, tendendo a ser negativas quando as motivações são económicas e/ou estratégicas (Breitbarth, Walzel, Anagnostopoulos e van Eekeren, 2015). Qualquer organização, mas em especial as desportivas (pela cobertura mediática que têm), deve conseguir transmitir uma imagem positiva, de forma a que as perceções em relação a ela sejam também positivas (Babiak e Trendafilova, 2011).

Ao nível dos impactos sociais, os grandes eventos desportivos atraem muitos indivíduos (atletas, adeptos, ...), quer nacionais, quer estrangeiros, pelo que podem ser vistos como uma oportunidade para o crescimento económico e para o desenvolvimento dos países que os acolhem (Kim et al., 2015). Estes impactos podem ser positivos e negativos. Os impactos positivos são verificados ao nível das infraestruturas e do desenvolvimento urbano, da economia, da comunidade, da cultura, da visibilidade e da imagem da comunidade envolvente. No que diz respeito aos impactos negativos destacam-se os custos, os problemas de trânsito que podem surgir, os riscos para a segurança dos locais, os riscos para o ambiente e os possíveis conflitos sociais nessa mesma comunidade (Kim et al., 2015).

Ao nível dos impactos ambientais, sabe-se que “a pegada ecológica do desporto é significativa” (McCullough et al., 2016, p. 1041), já que manter e gerir um clube desportivo é intensivo em recursos e em energia (Trendafilova et al., 2013), como se pode testemunhar com o cálculo da pegada ecológica da Final da *Football Association Cup* de 2004, em Inglaterra, que permitiu perceber detalhadamente os padrões de consumo de quem assistiu e o impacto

ambiental de cada um. Este cálculo inclui as viagens de e para o estádio, a alimentação adquirida no evento, os resíduos produzidos e a avaliação ambiental do estádio (Collins et al., 2009). Qualquer clube desportivo tem um impacto ambiental, nomeadamente ao nível das suas infraestruturas, embora “todos os aspetos do desporto tenham uma conexão com o ambiente natural” (McCullough et al., 2016, p. 1043).

Devido à “sua natureza altamente dependente do ambiente natural, o desporto é conhecido por contribuir para a degradação ambiental” (McCullough et al., 2016, p. 1042), o que aumenta a responsabilidade dos clubes desportivos para com o ambiente (Trendafilova et al., 2013). Nas pesquisas realizadas percebe-se que este impacto pode ser resultado das atividades diárias, dos processos das organizações desportivas e dos eventos em que estas participam, uma vez que afetam os ecossistemas locais, utilizam recursos naturais e contribuem para a emissão de gases com efeito de estufa (Collins et al., 2009).

A avaliação destes impactos ambientais, locais ou globais, e a minimização dos seus efeitos está muito aquém do ideal, uma vez que os organizadores e os patrocinadores desses eventos não dispõem de técnicos ambientais e as alterações variam consoante o evento em causa. Além disso, a eficácia das estratégias implementadas também é difícil de avaliar porque o planeamento ambiental de grandes eventos desportivos nem sempre permite priorizar as ações ambientais que serão mais importantes em cada caso e as avaliações também podem não ser suficientes para escolher as melhores ações a implementar (Collins et al., 2009).

Nos últimos anos, tem-se verificado uma maior preocupação com as questões ambientais na área da gestão (Mallen, Stevens e Adams, 2011), que são cada vez mais incluídas nos Relatórios & Contas das empresas, sendo referido em muitos deles que um melhor desempenho ambiental conduz a um melhor desempenho financeiro da empresa (Babiak e Trendafilova, 2011). Verifica-se também um interesse crescente no desporto e no ambiente (Trendafilova et al., 2013), embora esta seja uma área ainda em crescimento (Mallen et al., 2011). A literatura ainda não aprofundou muito o tema do desporto e da gestão ambiental e os trabalhos existentes focam-se no impacto ambiental dos desportos praticados ao ar livre (Babiak e Trendafilova, 2011).

A organização desportiva e a sua gestão podem ser influenciadas, por cinco características da indústria desportiva: (1) o desporto é um bem público (qualquer um o pode praticar), (2) o resultado de jogos desportivos é desconhecido e incerto, (3) as organizações desportivas que competem entre si têm de cooperar e concordar em determinados termos, como a hora do jogo, mas há sempre competição (as duas querem vencer), (4) a nível europeu, os clubes

tentam ter sucesso desportivo utilizando os seus lucros e (5) quase todas as organizações desportivas respondem perante federações desportivas (Breitbarth et al., 2015).

A degradação ambiental passa também pelos riscos ambientais que o desporto pode causar, já que as instalações e os eventos desportivos podem concentrar muitas pessoas num espaço limitado durante um curto período de tempo (Trendafilova et al., 2013). Com o objetivo de solucionar as questões anteriormente referidas, os gestores desportivos reconhecem a importância da sustentabilidade ambiental e que são eles que devem criar e implementar medidas desta natureza (Mallen et al., 2011). Por outro lado, há evidência empírica sugerindo uma “relação direta e positiva entre a adoção de práticas ambientais e a posição competitiva da empresa” (Babiak e Trendafilova, 2011, p. 13).

Desta forma, muitas organizações desportivas têm-se envolvido em esforços ambientais devido a um cada vez maior interesse no “desporto verde”, embora o nível de envolvimento de cada clube desportivo em iniciativas ambientalmente responsáveis seja diferente (Trendafilova et al., 2013, pp. 299 e 304).

Estudos recentes apontam para que as empresas estão mais atentas ao seu impacto ambiental e que adotam práticas para o reduzir (Babiak e Trendafilova, 2011), razão pela qual as iniciativas ambientais se estão a tornar mais comuns no mundo do desporto, quer para os atletas, quer para outros profissionais da área. Os primeiros são até encorajados a mostrar as suas preocupações ambientais, uma vez que são vistos como modelos a seguir por parte da população (Mallen et al., 2011), situação que, a par com a lealdade e o afeto pelos clubes, pode beneficiar a RSA das organizações desportivas. Uma outra característica que favorece a RSA é a comunicação desportiva que “não segue um padrão ou norma”, e apresenta diferenças em vários elementos, como é o caso da estrutura organizacional (Manoli, 2015, pp. 346). Além disso, o facto de o desporto estar muito presente no dia a dia transformou as organizações desportivas, principalmente as de grande dimensão, em “membros influentes” para a sociedade (Athanasopoulou, Douvis e Kyriakis, 2011, pp. 4).

Mas a verdade é que não existe só uma forma de abordar as questões ambientais porque cada contexto é único e as questões são bastante complexas, com vários elementos e abordagens a considerar, pelo que estas podem ser abordadas de várias formas diferentes (McCullough et al., 2016). Geralmente, as organizações desportivas levam a cabo iniciativas sociais e ambientais por duas grandes razões: por razões nobres (“fazer o bem é a coisa certa a fazer”) ou por “razões pragmáticas” (“fazer o bem é um bom negócio”) (Athanasopoulou et al., 2011, p. 4).

A necessidade de implementar iniciativas social e ambientalmente responsáveis surgiu de fatores socioculturais e ambientais e este tipo de iniciativas permite uma maior eficiência da parte da empresa (Manoli, 2015). As maiores pressões sentidas pelas organizações desportivas são os comportamentos associativos e as interações entre os executivos e as organizações parceiras. Esta preocupação também se deve a várias forças normativas e ao “aumento da atenção e das expectativas dos *stakeholders* relativamente ao ambiente” (Trendafilova et al., 2013, pp. 306), que também esperam que a organização desenvolva iniciativas socialmente responsáveis (Breitbarth et al., 2015). Há uma tendência para um número cada vez maior de iniciativas sociais e ambientais implementadas nas empresas devido à “necessidade estratégica de preservarem a sua legitimidade” (Babiak e Trendafilova, 2011, pp. 20 e 21).

Inicialmente, a adoção de esforços sociais e ambientais está diretamente relacionada com os conhecimentos específicos e a experiência profissional dos trabalhadores de uma empresa, neste caso de um clube desportivo. Estes esforços tendem a ser facilmente visíveis para o público, de forma a diminuir possíveis pressões feitas pelos *stakeholders*, que também serão envolvidos no processo (McCullough et al., 2016).

A decisão acerca das iniciativas a tomar pode ser complexa, já que são influenciadas pelo contexto em que se inserem (cultura, tradições, entre outros), sendo bastante diferentes entre países (Breitbarth et al., 2015), e existem iniciativas com impactos imediatos e visíveis, com impactos imediatos e não visíveis ou com impactos não visíveis. Estas iniciativas implicam mudanças que podem ser vistas em todos os níveis desportivos e, embora as ações levadas a cabo possam ser diferentes, a sua complexidade e integração refletem o nível de preocupação social e ambiental do clube. Geralmente, estes preferem começar com iniciativas ditas simples, como é o caso da reciclagem, pois é bastante visível para os adeptos (contentores) e fácil de medir, além de que permitem obter valores de referência (por exemplo, a quantidade de resíduos reciclada) e estabelecer planos estratégicos (McCullough et al., 2016).

Estes planos são bastante importantes uma vez que, para estudar as questões ambientais, é necessária uma abordagem estratégica, já que esta permite avaliar vários elementos em simultâneo. Embora as preocupações estratégicas e operacionais das organizações desportivas possam ser parecidas, a forma de as abordar pode ser diferente devido às motivações, objetivos e desafios que enfrentam, como é o caso da disponibilidade de recursos (McCullough et al., 2016).

## 2.2. Responsabilidade Social e Ambiental (RSA) no Desporto

A RSA é um conceito com muitas e diferentes definições, englobando várias práticas e podendo estas estar relacionadas com a economia (ex.: corrupção), com a ética (ex.: práticas de trabalho) e com o ambiente (ex.: eficiência energética) (Demirbag, Wood, Makhmadshoev e Rymkevich, 2017). Há quem lamente a não existência de uma definição concreta e única, na medida em que isso “dificulta o desenvolvimento teórico e conceptual” da RSA (Amin-Chaudhry, 2016, p. 191).

Este conceito é antigo e tem vindo a evoluir nos últimos cem anos. Se no início do século XX era visto como uma “obrigação social” porque as empresas tinham como objetivo final o bem-estar social, cem anos mais tarde são uma “prática comercial aceite e esperada” por diferentes entidades e instituições que têm a sua própria definição de RSA (Amin-Chaudhry, 2016, pp. 190 e 191). São diversas as perspetivas sociais e empresariais que foram alterando este conceito ao longo do tempo (Amin-Chaudhry, 2016). É também um conceito muito dinâmico e específico do contexto em que é aplicado, embora tenham sido desenvolvidas técnicas e certificações que tentam uniformizar as avaliações destas iniciativas (Athanasopoulou et al., 2011).

A RSA tem um papel cada vez mais importante nas empresas e os fatores económicos, políticos e sociais influenciam as iniciativas que as empresas levam a cabo. Ao mesmo tempo, as preocupações com o ambiente também passaram a ser incluídas nas estratégias empresariais (Babiak e Trendafilova, 2011). Mas, apesar de ser considerada, muitas vezes, como uma atividade voluntária, a teoria sugere que as empresas praticam iniciativas social e ambientalmente responsáveis devido à legitimação e/ou porque é considerado apropriado, sendo que o seu grau de envolvimento com a RSA pode ser determinado pela pressão normativa dos vários *stakeholders*. A adoção destas iniciativas também se pode dever à imitação de empresas percebidas como bem-sucedidas (Trendafilova et al., 2013).

Apesar disso, a RSA é, cada vez mais, incluída nas atividades da empresa de uma forma estratégica. No caso das organizações desportivas, estas têm reconhecido o seu impacto social e ambiental e têm tentado implementar soluções de uma forma “proativa”, o que lhes permite evitar problemas e estabelecer relações mais fortes com os seus *stakeholders* (Babiak e Trendafilova, 2011, p. 17). A preocupação de incluir iniciativas sociais e ambientais no quotidiano da organização tem alastrado às restantes empresas parceiras das organizações desportivas, que têm assim a possibilidade de manifestar a sua RSA “através do desporto” (Breitbarth et al., 2015, p. 259). A RSA é uma “tendência” atual nas empresas e na indústria

do futebol, onde “é uma parte importante da agenda de cada clube, sendo mais do que uma tendência comercial” (Manoli, 2015, p. 335). Ao mesmo tempo, o futebol é um “exemplo ideal” da necessidade em promover a RSA uma vez que se trata de uma indústria com uma grande natureza social e um grande contacto com a sociedade (Manoli, 2015, p. 336).

A RSA no desporto está também muito relacionada com a transparência dos processos da organização, em particular os financeiros, devido às transferências e aos salários de valores muito elevados (Breitbarth et al., 2015). Não obstante, muitas organizações desportivas tenham implementado iniciativas social e ambientalmente responsáveis ao longo dos últimos anos, independentemente da sua dimensão (Manoli, 2015).

No setor desportivo, o estudo da RSA “como ideia de gestão” começou por volta de 2005, uma vez que estava a ganhar força na Europa (Breitbarth et al., 2015, p. 255), além de que os códigos de ética estão a ganhar prestígio e autoridade (Waegeneer, Sompele e Willem, 2016) e várias iniciativas refletem a “institucionalização” da RSA. Esta está cada vez mais integrada nas organizações desportivas, estando muitas delas “a implementar iniciativas”, e a ganhar importância neste contexto, com consequências ao nível dos negócios, embora seja um conceito ainda recente para a gestão desportiva (Athanasopoulou et al., 2011). Apesar disso, os clubes desportivos ainda estão hesitantes relativamente à adoção muito rápida de uma orientação mais voltada para o ambiente (Trendafilova et al., 2013).

Mas, apesar de existir um crescimento, embora limitado, do trabalho na área da RSA no desporto, as “condições institucionais” que levam os clubes desportivos a implementá-las ainda são pouco conhecidas (Trendafilova et al., 2013, p. 300). Isto é assim porque a maioria dos estudos sobre a RSA no futebol recai sobre a divulgação e a informação existente nas demonstrações financeiras (Manoli, 2015), mas também porque existem poucos estudos sobre a forma como as organizações desportivas divulgam as suas iniciativas social e ambientalmente responsáveis e limitações correspondentes (Breitbarth et al., 2015).

Existem três tipos de “forças institucionais” que influenciam as iniciativas social e ambientalmente responsáveis: o “escrutínio, monitorização e regulação do comportamento”; a “perceção de mudanças nos *standards* normativos dos *stakeholders*”; e a “interação e a colaboração entre as organizações desportivas” (Trendafilova et al., 2013, pp. 300 e 304).

A sustentabilidade ambiental também tem sido investigada noutros contextos, como o dos Jogos Olímpicos, dando ênfase à “complexidade entre o desporto e o ambiente” e à relação entre estes (Trendafilova et al., 2013, p. 301). Além disso, como o desporto depende do ambiente, tem deveres para com a RSA, pelo que muitos clubes têm implementado

iniciativas social e ambientalmente responsáveis para tentarem diminuir os efeitos nefastos que provocam no ambiente (Trendafilova et al., 2013). As organizações externas à organização desportiva também podem trabalhar em conjunto com esta, fornecendo e divulgando informações e ajudando na implementação das iniciativas (McCullough et al., 2016).

Como a implementação de iniciativas sociais e ambientais passaram a ser partes integrantes do funcionamento das organizações desportivas, é necessário proceder à sua avaliação de forma a identificar as que tiveram sucesso já que nem todas as ações e iniciativas levadas a cabo são bem-sucedidas ou isentas de crítica (McCullough et al., 2016).

Os motivos pelos quais as organizações levam a cabo a RSA também devem ser estudados, uma vez que influenciam as avaliações que as pessoas fazem dessa organização, embora não sejam só as únicas que influenciam essa percepção, a organização em si também a afeta (Kulczycki e Koenigstorfer, 2016).

As organizações envolvem-se em iniciativas social e ambientalmente responsáveis por várias razões e de diversas formas, dependendo também da sua dimensão, sendo que a alocação dos recursos para a RSA e a comunicação dessas iniciativas são muito importantes, pois têm um impacto positivo efetivo em quem beneficia delas, mas, acima de tudo, porque é a forma de tentar que as iniciativas sejam percebidas de forma favorável por parte do seu público (Kulczycki e Koenigstorfer, 2016).

Um dos indicadores que pode evidenciar a maior preocupação com as iniciativas social e ambientalmente responsáveis é o aumento da comunicação destas iniciativas nos *websites* das organizações desportivas (Trendafilova et al., 2013). A promoção da RSA deve ser proativa e implica uma abordagem consistente a longo-prazo, uma vez que tem “vários efeitos que dependem da forma como cada ferramenta é usada pela organização” (Manoli, 2015, p. 337).

O aumento deste tipo de comunicações pode dever-se ao facto de essas mesmas pressões terem cada vez mais influência, além de que os *media* podem influenciar e orientar a sociedade e, ao mostrarem as iniciativas social e ambientalmente responsáveis, podem levar à alteração de comportamentos e de crenças relativamente às organizações desportivas (Trendafilova et al., 2013). Por outro lado, a comunicação das iniciativas sociais e ambientais por parte de uma organização pode ser afetada devido ao “cinismo” de muitos consumidores para com os *media*, levando assim à existência de um paradoxo – as empresas percebidas como socialmente responsáveis podem não beneficiar de o comunicar (Manoli, 2015, pp. 337-338).

Assim, a “quantidade e a qualidade” das iniciativas socialmente responsáveis dependem da riqueza e do papel que o clube de futebol tem em relação à sociedade (Roşca, 2011, p. 333).

Existem diferentes tipos de iniciativas social e ambientalmente responsáveis que os clubes de futebol podem implementar, abrangendo áreas como a Educação, o Desporto, a Inclusão Social, a Integração Cultural, a Família, a Saúde e a Solidariedade (Roşca, 2011), assim como existem várias técnicas para as promover na indústria de futebol. A forma mais popular de transmitir estas iniciativas, por parte das organizações desportivas, é através de notícias nos seus próprios meios de comunicação, embora estes tenham a desvantagem de, tendencialmente, não atingirem o público em geral, mas sim o público apoiante do clube em causa. Depois desta, as organizações desportivas também utilizam a imprensa local e nacional para transmitir as iniciativas, sendo que esta já tem uma maior probabilidade de chegar ao público em geral. Os clubes costumam também divulgá-las nos seus Relatórios & Contas, de forma a informar os seus investidores, embora este seja um grupo muito pequeno no que toca ao público que fica informado (Manoli, 2015).

Estas iniciativas sociais e ambientais devem ser abordadas de forma estratégica e não como possíveis reduções de custos ou fontes de receita, começando pela tomada de consciência e levando a cabo iniciativas simples, como, por exemplo, a reciclagem, a redução do consumo de energia, a redução do lixo produzido e a redução do consumo de água. Estas iniciativas simples são as mais comuns uma vez que são relativamente baratas, fáceis de medir e têm uma maior visibilidade (McCullough et al., 2016).

Inicialmente, as motivações para levar a cabo iniciativas sociais e ambientais surgem pela necessidade de agir, provocada por pressões ou estratégias (McCullough et al., 2016), pois contribuem para a legitimação das organizações, sendo aceitáveis e também esperadas pelos *stakeholders*, embora não sejam práticas obrigatórias e a vontade de envolvimento nestas iniciativas varie consoante organizações (Trendafilova et al., 2013).

Estas motivações das organizações desportivas vão influenciar as perceções dos indivíduos em relação às ditas iniciativas. Se os motivos forem associados à filantropia, por exemplo, as organizações são percebidas como social e ambientalmente responsáveis, tendo os indivíduos uma atitude positiva para com a organização. Se os motivos forem associados ao lucro, por exemplo, essa perceção é negativa (Kulczycki e Koenigstorfer, 2016). Mas, caso haja uma grande ênfase nos assuntos ambientais e da sustentabilidade, os *stakeholders* podem ter uma perceção negativa dessas iniciativas. Alguns executivos também têm a perceção de que um grande envolvimento em iniciativas social e ambientalmente responsáveis pode ter



um impacto negativo nas fontes de rendimento tradicionais de uma organização desportiva (Trendafilova et al., 2013). Tudo isto leva a crer que ainda existem incertezas no que se refere ao interesse dos *stakeholders*, quer internos, quer externos, relativamente às iniciativas ambientais levadas a cabo pelos clubes desportivos (McCullough et al., 2016).

No caso do desporto, e consequentemente no do futebol, as perceções dos indivíduos são afetadas também pelo interesse e pelas paixões que este desperta e das relações que cada um tem com os clubes, pelo que a RSA pode ser muito bem-sucedida, fazendo com que a organização seja percebida como social e ambientalmente responsável (Kulczycki e Koenigstorfer, 2016).

Atualmente, as organizações desportivas têm feito parcerias estratégicas para os seus programas de RSA, usando essas iniciativas para gerar benefícios (Trendafilova et al., 2013), tentando colaborar e estabelecer parcerias com organizações especializadas e procurando obter certificações e técnicas de avaliação de processos para as iniciativas sociais e ambientais que levam a cabo de forma a aumentar a legitimidade destas. Conforme as organizações desportivas vão obtendo essas certificações, mais rotineiras serão as iniciativas sociais e ambientais neste tipo de organizações (McCullough et al., 2016).

Existem também grandes desafios à gestão desportiva no que toca à implementação da RSA, nomeadamente os fatores que podem afetar as iniciativas sociais e ambientais, como é o caso dos grupos, nacionais ou internacionais, a que a organização pertence, dos problemas sociais existentes e dos patrocinadores do clube, e a não existência de grandes ferramentas de medição do sucesso destas iniciativas, pelo que devem ser incluídas nos planos estratégicos das organizações desportivas (Athanasopoulou et al., 2011).

### 3. RSA nos Principais Organismos Internacionais

Este Capítulo pretende apresentar brevemente os grandes organismos internacionais a nível desportivo - The International Olympic Committee (IOC), Fédération Internationale de Football Association (FIFA) e Union of European Football Associations (UEFA). A cada um é dedicado um subcapítulo, abordando um pouco da sua história e descrevendo as suas iniciativas social e ambientalmente responsáveis, de modo a perceber o que tem sido feito a nível internacional no mundo desportivo e, em especial, a nível futebolístico.

#### 3.1. The International Olympic Committee (IOC)

O IOC foi fundado em 1894, por Pierre de Coubertin, em Paris. O seu objetivo era reavivar os Jogos Olímpicos da Grécia Antiga e os primeiros Jogos Olímpicos da Era Moderna realizaram-se em 1896, em Atenas, na Grécia (IOC, 2018d). Os últimos Jogos Olímpicos foram realizados no Rio de Janeiro (Brasil), em 2016 (IOC, 2018c). Atualmente, o seu presidente é Thomas Bach, desde 2013 (IOC, 2018e).

O Movimento Olímpico é composto por organizações, atletas e outras pessoas que se guiam pelos princípios da Carta Olímpica, ou seja, os Princípios Fundamentais, Regras e Estatutos adotados pelo IOC, sendo composto por este, pelas Federações Internacionais e pelos Comitês Olímpicos Nacionais. O seu grande objetivo é “contribuir para a construção de um mundo pacífico e melhor, educando os jovens através do desporto praticado sem discriminação de qualquer tipo, num espírito de amizade, solidariedade e *fair play*”, desenvolvendo para isso diferentes atividades (IOC, 2018d).

O IOC promove iniciativas ao nível da RSA. Quanto à Responsabilidade Social, esta instituição promove o olimpismo como filosofia de vida, juntando o desporto à cultura e à educação e procurando “criar um caminho de vida baseado na alegria encontrada no esforço, no valor educacional do bom exemplo e no respeito dos princípios éticos fundamentais universais”. O grande objetivo do Movimento Olímpico é “contribuir para a construção de um mundo pacífico”, usando a educação através do desporto sem qualquer discriminação e do espírito olímpico, compreensão e espírito de amizade, solidariedade e lealdade (IOC, 2018b).

Para tal, foram implementados diversos projetos, a saber: *Sport and Active Society*, *Olympic Refuge Foundation*, *Women in Sport*, *Education through Sport*, *Social Development through Sport*, *Sport for Hope*, *Peace through Sport*, *Olympic Truce*, *Cooperation with the UN*, *Olympic Studies Center*, *Olympic Day* (23 de junho). Estes programas pretendem incentivar diversos aspetos do dia a dia, como

a prática de desporto regular para todas as pessoas, aumentando o acesso e transmitindo os valores educacionais e de saúde no desporto, a igualdade de género na prática e na administração desportiva, a interação entre o desporto, a educação e a cultura, a diminuição das desigualdades sociais e da pobreza, a contribuição para o desenvolvimento social de alguns países ou o uso do desporto para promover a paz (IOC, 2018b).

Quanto à Responsabilidade Ambiental, no IOC a sustentabilidade é um dos pilares da Agenda Olímpica 2020, tendo sido por isso desenvolvida uma Estratégia de Sustentabilidade, que se foca nas infraestruturas e nos locais naturais, no fornecimento e gestão dos recursos, na mobilidade, na força de trabalho e no clima. Assim, os grandes objetivos são incluir a sustentabilidade em todos os aspetos dos Jogos Olímpicos e nas operações diárias do Movimento Olímpico, além do compromisso em contribuir para a *UN 2030 Agenda for Sustainable Development* (IOC, 2018a).

### **3.2. Fédération Internationale de Football Association (FIFA)**

A FIFA foi fundada em Paris, no ano de 1904, por sete associações nacionais de futebol – França, Bélgica, Dinamarca, Holanda, Espanha, Suécia, Suíça – com o objetivo de “reconhecer o papel dos ingleses que fundaram a Football Association em 1863”. Assim, estabeleceram-se os primeiros Estatutos, determinando o reconhecimento das associações nacionais, a exclusividade dos clubes e jogadores a uma só associação e o reconhecimento das suspensões dos jogadores, além de que as leis do jogo seriam as determinadas pela Football Association (FIFA, 2018e). A FIFA está sediada em Zurique, na Suíça, desde 1932 (FIFA, 2018c) e o seu presidente é Gianni Infantino, o 9º presidente da sua história (FIFA, 2018b).

Até 1909, a FIFA era composta apenas por associações europeias. A partir daí, países dos outros continentes juntaram-se à organização, tornando-a assim intercontinental (FIFA, 2018f). Desde 2007, a FIFA é composta por 208 membros (FIFA, 2018d). É a organizadora de uma das maiores competições internacionais de futebol, a FIFA World Cup™, pela primeira vez realizada no Uruguai, em 1930, país que venceu nesse ano (FIFA, 2018g). Já a última vez que esta competição se realizou foi em 2018, na Rússia, tendo vencido a seleção de França (FIFA, 2018a).

Ao nível da Responsabilidade Social, a FIFA tem um Comité de Ética Independente, dividido em dois segmentos, a câmara de investigação (investiga possíveis violações do Código de Ética da FIFA) e a câmara adjudicatória (toma as decisões relativas às possíveis

violações do Código de Ética da FIFA). Este comité surge da necessidade de proteger a integridade dos jogos, um dos pilares da FIFA (FIFA, 2018h).

Existem diversos documentos disponibilizados pela FIFA, quer ao nível da Ética, quer ao nível da Sustentabilidade. Entre eles encontram-se o *FIFA Code of Ethics, Ethics Committee milestones (2012-2018)*, *FIFA Disciplinary Code, Specific Recommendations to Combat Match Manipulation 2014* (FIFA, 2018h), *Carbon offset projects for the 2018 FIFA World Cup Russia*, *Spectators Accessibility Guide for the 2018 FIFA World Cup*, *Greenhouse gas accounting report*, *Diversity and Anti-Discrimination at FIFA*, *Tobacco-free policy for FIFA events*, *Waste Management Concept: 2018 FIFA World Cup Russia™* (FIFA, 2018i), que mostram assim as preocupações desta instituição no âmbito da RSA.

### **3.3. Union of European Football Associations (UEFA)**

A UEFA foi fundada em 1954, em Basileia, na Suíça, com 31 federações europeias. Atualmente, a sua sede encontra-se em Nyon, também na Suíça, desde 1995, depois de ter passado por Paris (França) e por Berna (Suíça). É uma das seis confederações continentais da FIFA e é composta por 55 federações europeias (UEFA, 2017b). O seu presidente é Aleksander Čeferin desde 2016 (UEFA, 2017a).

Esta instituição trabalha em nome das associações nacionais de futebol europeias, de forma a promover este desporto, tendo como grande objetivo o “fomento e desenvolvimento da unidade e solidariedade entre a comunidade do futebol europeu”, além de promover e proteger o futebol em diferentes níveis, desde o futebol enquanto hobby ao futebol profissional (UEFA, 2017b).

A UEFA é responsável por alguns dos maiores eventos desportivos europeus. Ao nível dos clubes, a UEFA Champions League, um evento anual, e, ao nível de países, o UEFA European Championship, realizado a cada quatro anos (UEFA, 2018d). Este foi realizado pela última vez em 2016, em França, tendo vencido a seleção de Portugal (UEFA, 2018a). O próximo evento, o Euro 2020, será inédito, uma vez que se vai realizar em 12 países, para celebrar os 60 anos da UEFA (UEFA, 2016b).

No campo da RSA, a UEFA reconhece que o futebol, enquanto parte da sociedade, tem um papel fundamental no desenvolvimento social, utilizando o lema “RESPEITO” e tentando também promover o desenvolvimento sustentável através do futebol. Esta instituição reconhece que a RSA é essencial, assumindo um compromisso ao dedicar uma

grande parte do seu trabalho a este assunto, como programas anticorrupção e anti-doping, o *Fair Play Financeiro* e outros elementos das funções empresariais (UEFA, 2018c).

Desta forma, a UEFA elabora um relatório sobre este tema, o *UEFA Football and Social Responsibility Report*, que aborda temas como a educação, a diversidade, a inclusão, o ambiente, a saúde, a paz e a solidariedade. É abordada também a pegada ecológica da instituição, que dispôs de um orçamento para as preocupações ambientais de 4.685.000€ para a época de 2016/2017 (UEFA, 2017c).

Ao mesmo tempo, a UEFA faz uma parceria com a World Wildlife Fund (WWF) e a Green Sports Alliance para a elaboração de um relatório, *Playing for Our Planet – How Sports win from being sustainable*, com o objetivo de reunir as boas práticas dos seus principais *stakeholders*, como federações, atletas e fabricantes de artigos desportivos, entre outros, e encontrar soluções inovadoras que melhorem o desempenho ambiental e sustentável do desporto (UEFA, 2018b).

#### 4. RSA nos ‘Três Grandes’

Este capítulo aborda brevemente cada um dos clubes analisados, como referido na *Introdução* – Futebol Clube do Porto, Sport Lisboa e Benfica e Sporting Clube de Portugal. É assim dedicado um subcapítulo a cada um deles, nos quais se aborda, inicialmente, um pouco da história do clube, as suas modalidades e as suas infraestruturas e, posteriormente, são descritas as iniciativas social e ambientalmente responsáveis por eles levadas a cabo.

Estes três clubes foram escolhidos por duas grandes razões, a começar pelo facto de terem como principal desporto o futebol, que é considerado o ‘desporto-rei’ na Europa (Kulczycki e Koenigstorfer, 2016) e, inserido nesse contexto, em Portugal. Isto leva a que possam ter uma maior visibilidade e, consequentemente, maior influência nos comportamentos das pessoas que o apoiam.

A outra razão para a escolha destes três clubes prende-se com o facto de estes serem os maiores clubes futebolísticos nacionais, com uma maior expressão em termos de sócios, adeptos e simpatizantes no nosso país e com uma maior dimensão, organizacional e financeira.

Clube	País	Número de Sócios (2016)
Fußball-Club Bayern München	Alemanha	258.000
Arsenal Football Club	Inglaterra	225.000
Sport Lisboa e Benfica	Portugal	157.000
Futbol Club Barcelona	Espanha	150.000
Sporting Clube de Portugal	Portugal	136.389
Sport Club Corinthians Paulista	Brasil	132.481
Borussia Dortmund	Alemanha	130.000
Sociedade Esportiva Palmeiras	Brasil	126.903
Sport Club Internacional	Brasil	112.756
Futebol Clube do Porto	Portugal	110.000

**Tabela 1:** Top 10 mundial dos clubes com mais sócios (MaisFutebol, 2016)

Segundo Kulczycki e Koenigstorfer (2016), os clubes com uma maior dimensão organizacional e financeira são aqueles que têm mais facilidade e, desta forma, podem implementar iniciativas social e ambientalmente responsáveis.

#### 4.1. Futebol Clube do Porto (FCP)

O Futebol Clube do Porto foi fundado em 1893, na cidade do Porto (Futebol Clube do Porto, 2018c). Contava com 110.000 sócios em 2016 (Mais Futebol, 2016), embora este número possa atualmente ser diferente, visto que o clube não divulga este valor.

As modalidades de que dispõe, segundo o clube, são catorze, metade de Desporto Adaptado, e, entre elas, encontra-se o Futebol (Futebol Clube do Porto, 2018e). O FCP dispõe de vários espaços para a prática das diferentes modalidades, o Estádio do Dragão, o local onde a equipa de futebol principal joga, o Dragão Caixa, o pavilhão, o CTFD PortoGaia e o Vitalis Park, centros de treino, e as Piscinas de Campanhã (Futebol Clube do Porto, 2018d).

Em relação à RSA, o FCP, enquanto grupo empresarial, detém a PortoEstádio – Gestão e Exploração de Equipamentos Desportivos, S.A., que desenvolve iniciativas na área ambiental. Nas principais funções e responsabilidades da PortoEstádio, encontra-se a sustentabilidade, sendo os seus principais objetivos nesta matéria:

- *Assegurar que os processos necessários para o Sistema de Sustentabilidade são estabelecidos, implementados e mantidos;*
- *Gestão dos aspetos ambientais relevantes para a organização;*
- *Gestão dos riscos e oportunidades relevantes para a organização;*
- *Preparação e realização de ações de sensibilização interna e externa;*
- *Coordenação e liderança do processo de auditoria;*
- *Gestão das não conformidades;*
- *Assegurar a permanente atualização dos requisitos legais;*
- *Garantir o cumprimento dos procedimentos de resposta às emergências ambientais;*
- *Definir ações e atividades que visam suprir as necessidades atuais dos seres humanos, sem comprometer o futuro das próximas gerações* (Pinto, 2018, p. 125).

O Estádio do Dragão conseguiu, em 2003, a certificação “GreenLight” da Comissão Europeia e, em 2007, recebeu a classificação de cinco estrelas pela UEFA (Futebol Clube do Porto, 2018b). Nesse ano, foi também licenciado pela ISO 9001:2008 (Qualidade) e pela ISO 14001:2012 (Ambiente) (Futebol Clube do Porto, 2018f). Em 2010, a European Club Association atribuiu ao FCP o “prémio para a maior feito não desportivo do ano, no âmbito das boas práticas ambientais implementadas” (Futebol Clube do Porto, 2018b).

Ao nível ambiental, o clube pretende promover uma “gestão ecoeficiente e responsável”, de forma a prevenir e a minimizar os seus impactos ambientais, tendo criado para isso o *Manual de Boas Práticas Ambientais* (Futebol Clube do Porto, 2018a).

Este manual é apresentado numa única página, de forma simples. É constituído por duas partes principais, sendo elas a apresentação da Política de Qualidade e Ambiente e as dicas referentes à Energia, Água, Resíduos, Ar e Ruído. No caso da Política de Qualidade e Ambiente, são apresentadas as normas ISO 9001:2008 e ISO 14001:2012 e é referida a valorização de quatro fatores essenciais para o sucesso desta política: focalização no cliente, recursos humanos, gestão de recursos e responsabilidade social. Nesta última, é referido o seguinte: “Servindo-se da elevada capacidade de transmissão de informação para as massas, influenciar positivamente a população, incutindo as boas práticas ambientais nas suas ações quotidianas” (Futebol Clube do Porto, 2010). No caso das dicas, estas são dirigidas ao público para este as praticar em casa, no trabalho, nas infraestruturas do clube ou noutros locais.

#### **4.2. Sport Lisboa e Benfica (SLB)**

Fundado em 1904, na altura com o nome Sport Lisboa, uniu-se ao Grupo Sport Benfica em 1908, adotando o seu nome atual, Sport Lisboa e Benfica (Sport Lisboa e Benfica, 2018b, e Sport Lisboa e Benfica, 2018d). É, como o nome indica, um clube da cidade de Lisboa, e tinha, segundo os dados mais recentes, referentes a 30 de junho de 2017, 196.762 sócios ativos (Apresentação do Relatório e Contas 2016/2017, 2017).

Hoje em dia, o clube tem 26 modalidades, das quais faz parte o Futebol (Sport Lisboa e Benfica, 2018c). Estas modalidades são praticadas em vários espaços, sendo os principais o Estádio da Luz, cujo nome oficial é Estádio do Sport Lisboa e Benfica, onde joga a equipa principal de futebol, o Complexo Desportivo da Luz, composto por dois pavilhões e pelas piscinas, e o Caixa Futebol Campus, o centro de formação do clube (Sport Lisboa e Benfica, 2018a).

Relativamente à Responsabilidade Social, o SLB criou, em 2009, a Fundação Benfica, que é uma Instituição Particular de Solidariedade Social desde 2010, e que “visa a concepção, planificação e implementação de diversos projectos de carácter social, educacional, ambiental e saúde” (Fundação Benfica, 2018a), pretendendo ser uma “instituição de referência na área da inovação e responsabilidade social europeia, líder no segmento socio-desportivo” (Fundação Benfica, 2018c).



O clube foca-se nas áreas da exclusão social, da “prevenção de comportamentos desviantes” e na “promoção do sucesso educativo de crianças e jovens enquanto factores determinantes de mobilidade social” (Fundação Benfica, 2018c). Nesta área, a Fundação Benfica apresenta cinco grandes projetos – *Assistência Humanitária*, *Desporto Inclusivo*, *KidFun - Educação para Valores*, *Benfica Faz Bem* e “*Para ti Se não faltares!*” (Fundação Benfica, 2018d) – e leva a cabo várias campanhas de solidariedade (Fundação Benfica, 2018b).

Ao nível da Responsabilidade Ambiental, o clube instalou vários ecopontos no Estádio da Luz e no Complexo Desportivo da Luz. Esta iniciativa não é, no entanto, referida no *website* do clube, sendo apenas observável (e possivelmente conhecida) por quem se dirige ao estádio, e é a única iniciativa ambiental que o SLB implementou até ao momento.

#### **4.3. Sporting Clube de Portugal (SCP)**

O Sporting Clube de Portugal foi fundado em 1906 (Sporting Clube de Portugal, 2018a), sendo um clube sediado na cidade de Lisboa. O seu número de sócios ativos fixava-se de 157.817, a 01 de julho de 2017 (Sporting Clube de Portugal, 2017).

O clube possui 34 modalidades, 9 de desporto adaptado, incluindo o Futebol (Sporting Clube de Portugal, 2017). As diferentes modalidades são praticadas em diferentes infraestruturas. A equipa de futebol principal joga no Estádio José Alvalade e as várias modalidades têm ao seu dispor dois pavilhões, o Multidesportivo (que inclui piscinas) e o Pavilhão João Rocha. O centro de formação do clube, a Academia Sporting, situa-se em Alcochete (Sporting Clube de Portugal, 2018b). Esta e o Multidesportivo são certificados pela norma ISO 9001:2008 (Qualidade).

Quanto à RSA, o SCP é o primeiro clube a nível nacional a elaborar um Relatório de Sustentabilidade. Esse mesmo relatório é referente à época desportiva de 2016/2017.

Relativamente à Responsabilidade Social, o SCP leva a cabo diversas iniciativas, a saber: Treinos Solidários, Balneário Solidário, Corredor Solidário, Sporting Solidário, “Diz não à contrafação” e MISCD – Movimento de Inclusão Social pelo Desporto e pela Cultura (Sporting Clube de Portugal, 2017, 2017).

No caso da Responsabilidade Ambiental, o clube promove a Gestão Ambiental, como é referido no Relatório de Sustentabilidade, através da utilização eficiente da energia e emissões de Gases com Efeito de Estufa associadas, da utilização eficiente da água e da gestão eficiente dos resíduos. “O SCP preocupa-se em evoluir o património do Clube numa direção mais responsável e sustentável” (Sporting Clube de Portugal, 2017, p. 188).

Desde 2013 que o clube tem feito análises às instalações para identificar oportunidades de melhoria do desempenho ambiental. Assim, foram elaborados dois planos de ação, um prioritário de curto prazo e um de curto/médio/longo prazo. Os trabalhos foram realizados ao nível da água e da energia, nas diversas infraestruturas, abrangendo as áreas da iluminação (por exemplo, substituição de lâmpadas tradicionais por lâmpadas LED), da climatização, das bombas de circulação, da matriz de funcionamento e da monitorização do consumo de água, além da instalação de duchas, torneiras e fluxómetros com temporizadores e redução do caudal (Sporting Clube de Portugal, 2017).

São apresentados ainda os compromissos para o futuro a que o clube se compromete. No caso da energia, existem propostas para as quatro infraestruturas, que passam pela continuação da substituição de lâmpadas tradicionais por lâmpadas LED ou da instalação de painéis fotovoltaicos no Estádio e no Pavilhão. No caso da água, os compromissos são referentes ao Estádio José de Alvalade e incluem o reaproveitamento das águas pluviais para rega, a renovação dos equipamentos sanitários ou a instalações de medidores de caudal. Por fim, no caso dos resíduos, o grande compromisso é feito em relação aos ecopontos, passando pela aquisição e distribuição de ecopontos nos escritórios da SAD e no Multidesportivo e ações de sensibilização dos utentes dos espaços para tentar que haja uma maior recetividade e melhores resultados da iniciativa (Sporting Clube de Portugal, 2017).

## 5. Metodologia

Neste capítulo trata-se a metodologia de investigação, expondo-se todos os passos seguidos no estudo empírico. Primeiramente, apresenta-se a metodologia utilizada, os objetivos de investigação e a questão de investigação. Segue-se a descrição das escolhas de investigação (processos, instrumentos e técnicas de recolha de dados), da seleção da amostra, do tipo de recolha de dados utilizada e da análise de dados realizada.

Optou-se por realizar um inquérito por questionário, que é, segundo Brace (2008), uma opção com um custo reduzido ou até sem qualquer custo, em que os inquiridos preenchem o questionário, e que tem como maior vantagem a obtenção das melhores respostas ou as mais exatas possíveis.

Definiram-se assim os grandes objetivos para orientar a investigação:

- Perceber quais as iniciativas de RSA dos três grandes clubes portugueses são conhecidas;
- Perceber como é que essas iniciativas são avaliadas;
- Perceber se essas iniciativas são consideradas suficientes.

Foram estes objetivos que implicaram uma revisão bibliográfica em torno dos temas Desporto, Futebol, Impacto Ambiental e Responsabilidade Social e Ambiental de forma a obter uma base teórica sobre o objeto de estudo desta dissertação.

Definidos os objetivos do estudo e realizada a Revisão de Literatura, foi possível formular a questão de investigação. Como foi referido na Introdução, este estudo propõe-se responder à seguinte questão de investigação: **Qual é a perceção dos indivíduos relativamente às iniciativas social e ambientalmente responsáveis levadas a cabo pelos “Três Grandes” do futebol português?**

Para responder a esta questão, é importante fazer a distinção entre sócios, adeptos, simpatizantes e restantes populações respondentes (que incluiu apoiantes de outros clubes que não os três estudados, aqui denominados de ‘fãs’, e aqueles que não dão importância ao futebol), uma vez que o nível de envolvimento com o clube não é o mesmo entre estes grupos. Desta forma, nesta dissertação define-se:

**Sócios** – aqueles que pagam quotas ao clube que apoiam, considerando-se que têm uma grande ligação ao clube que apoiam, sendo que neste caso apenas se consideram os sócios dos ‘três grandes’;

**Adeptos** – aqueles que têm uma grande ligação ao clube que apoiam, embora por diversos motivos não sejam sócios, sendo que neste caso apenas se consideram os adeptos dos ‘três grandes’;

**Simpatizantes** – aqueles que não têm uma grande ligação ao clube que apoiam, sendo que neste caso apenas se consideram os simpatizantes dos ‘três grandes’;

**Fãs** – aqueles que apoiam um clube que não um dos ‘três grandes’, independentemente do seu nível de envolvimento com o seu clube;

**Outros** – aqueles que não apoiam qualquer clube.

Optou-se então por analisar os três clubes referidos (FCP, SLB e SCP), porque, tal como foi referido no capítulo anterior, estes são os três maiores clubes desportivos nacionais e têm o futebol como principal desporto, além de terem uma maior dimensão, organizacional e financeira que lhes pode permitir implementar iniciativas social e ambientalmente responsáveis com maior facilidade (Kulczycki e Koenigstorfer, 2016). Embora não seja objetivo do estudo, para se perceber quais as iniciativas social e ambientalmente responsáveis por eles levadas a cabo analisaram-se os *websites* e os documentos dos clubes.

A etapa seguinte passou pela elaboração do inquérito (Anexo 1), uma vez que se pretende saber como é que cada um dos sujeitos inquiridos avalia a atuação dos clubes no que diz respeito à RSA, percebendo que iniciativas são conhecidas, como são percebidas e se são consideradas suficientes.

Este inquérito pretende assim perceber como os inquiridos veem as iniciativas social e ambientalmente responsáveis, se as consideram como algo positivo ou negativo para os clubes e para a indústria do futebol e se pensam que é um trabalho que deva ser levado a cabo e/ou continuado no futuro. As variáveis a analisar são a perceção (positiva ou negativa) das iniciativas social e ambientalmente responsáveis levadas a cabo pelos clubes analisados e a relação com o clube, o conhecimento das iniciativas de cada um dos clubes analisados, a importância atribuída e quais as melhor identificadas a partir de um conjunto de iniciativas dadas.

O inquérito divide-se em diferentes secções, num total de cinco. Inicia-se com um texto informativo que visa informar os inquiridos da finalidade da investigação, juntamente com a garantia de confidencialidade das respostas. Seguidamente, apresenta-se o corpo do questionário, onde se solicitam os dados demográficos do inquirido, se avaliam as suas preocupações sociais e ambientais e se pergunta qual o clube da sua preferência (ou se não dão importância ao futebol). Com base nesta pergunta, os inquiridos passam a responder a

perguntas específicas do seu clube, caso respondam um dos ‘Três Grandes’, ou são direcionados para a quarta secção. Na terceira secção, as perguntas têm como objetivo fazer a separação entre sócios, adeptos e simpatizantes dos diferentes clubes e perceber como é que estes são percebidos enquanto clubes social e ambientalmente responsáveis. Na quarta secção, é dado o conjunto de iniciativas praticadas pelos “três clubes”, para que o inquirido identifique as que conhece e como as avalia, é perguntado se as acha suficientes e é pedido que avalie um conjunto de exemplos de iniciativas que os clubes desportivos podem pôr em prática. Por fim, na quinta secção, é disponibilizada uma pergunta de resposta aberta para que os inquiridos deixem comentários e/ou sugestões, agradecendo-se a participação.

Optou-se também por não colocar qualquer pergunta obrigatória, uma vez que algumas pessoas poderiam querer responder ao inquérito, mas não dar uma determinada resposta, ou então não saberem responder a uma ou parte de uma pergunta, tentando assim diminuir as desistências. As perguntas eram de escolha múltipla (algumas às quais se podia dar mais do que uma resposta) e com escala de cinco pontos de Likert (sendo que 1 corresponde a “Nada importante” e 5 a “Muito importante”).

Utilizou-se a Google Forms, a plataforma da Google que permite criar um inquérito interativo na internet, que se pode partilhar através de um *link* em diversas plataformas digitais. Esta mostrou-se uma ferramenta muito importante porque permite que os dados fiquem imediatamente organizados e até obter gráficos das respostas, além do facto de que, ao ser digital, torna as respostas mais simples e mais rápidas para quem responde ao questionário e chega mais facilmente a um maior grupo de pessoas.

Optou-se por uma amostra por conveniência e, de forma a tentar obter o máximo de respostas possível, utilizaram-se os inquéritos *online*, partilhados através de correio eletrónico (*webmail*) com a comunidade estudantil da Universidade do Porto e das redes sociais com amigos e colegas.

Para analisar os resultados, utilizou-se o Microsoft Office Excel, com vista a obter uma análise o mais completa possível, embora a amostra não seja representativa da população portuguesa. Assim, os resultados obtidos não podem ser extrapolados de forma a tirar conclusões relativamente a esta. Qualquer conclusão obtida referir-se-á apenas à amostra estudada.

## 6. Resultados

Este capítulo tem como objetivo apresentar os resultados obtidos através do inquérito, sendo estes posteriormente analisados em conjunto com o estudo teórico e a análise dos documentos dos clubes feita anteriormente. São estes os resultados que vão permitir responder à questão de investigação colocada nesta dissertação: **Qual é a perceção dos indivíduos relativamente às iniciativas social e ambientalmente responsáveis levadas a cabo pelos “Três Grandes” do futebol português?**

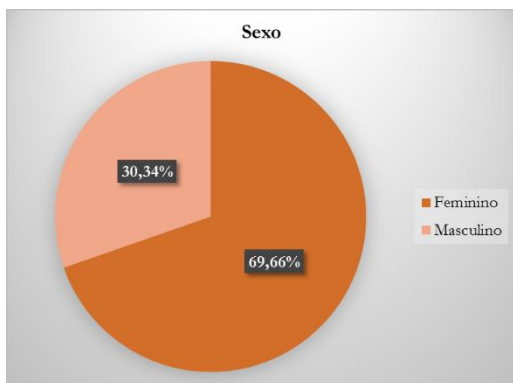
Assim, este capítulo divide-se em dois subcapítulos. O primeiro subcapítulo, *Análise Sociodemográfica*, apresenta uma síntese dos dados obtidos no inquérito, fazendo-se uma análise dos perfis sociodemográficos de quem respondeu ao questionário. No segundo subcapítulo, *Perceções sobre a Responsabilidade Social e Ambiental*, faz-se a análise das perceções de cada um, tendo em conta diferentes fatores, em relação à RSA nos clubes de futebol, e a análise dos resultados tendo em conta tudo o que foi estudado anteriormente, tentando perceber se os resultados do inquérito, ainda que não representativos, são consistentes com o que foi referido no estudo teórico.

### 6.1. Análise Sociodemográfica

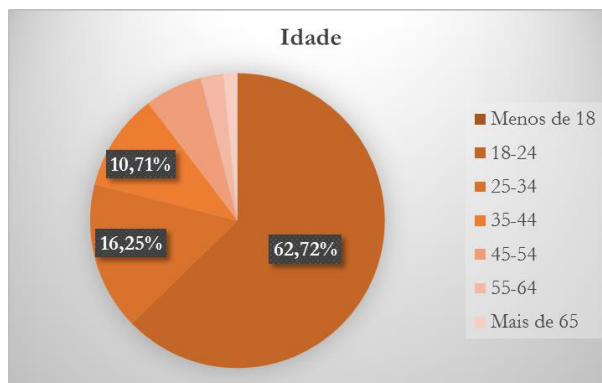
O inquérito foi divulgado a 03 de abril de 2018, através do *webmail* da Universidade do Porto, com os estudantes das diferentes faculdades (excetuando a Faculdade de Engenharia, a Faculdade de Letras e o Instituto de Ciências Biomédicas Abel Salazar, uma vez que estes não permitem a um aluno externo enviar e-mails dinâmicos), e das redes sociais, com os amigos e colegas. Até dia 20 de maio de 2018, data em que foi retirado de circulação, obteve-se um total de 524 respostas, embora nem todas as perguntas tenham este mesmo número de respostas. Desta forma, optou-se pelo uso das percentagens, para efetuar as análises ao inquérito.

Quanto ao sexo (Gráfico 1), a percentagem de respostas de indivíduos do sexo feminino (69,66%) foi claramente superior à percentagem de respostas de indivíduos do sexo masculino (30,34%).

Relativamente à idade dos inquiridos (Gráfico 2), a maior parte das respostas são jovens entre os 18 e os 24 anos (62,72%). O segundo maior grupo é o de inquiridos com idades entre os 25 e os 34 anos (16,25%), seguidos pelos inquiridos com idades entre os 35 e os 44 anos (10,71%). Os restantes grupos apresentam valores inferiores a 7%, não havendo qualquer inquirido com menos de 18 anos.

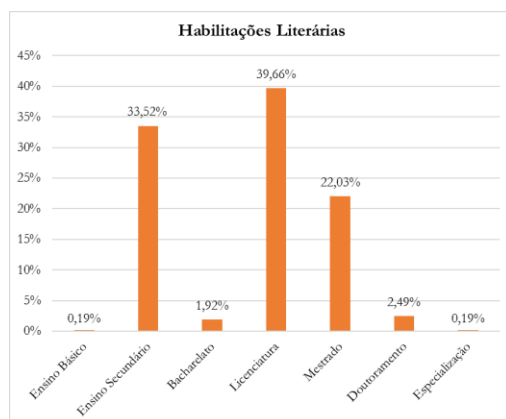


**Gráfico 1: Sexo**

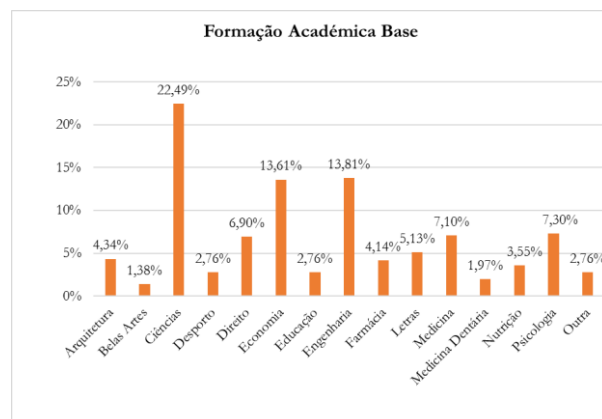


**Gráfico 2: Idade**

As habilitações literárias dos inquiridos (Gráfico 3) são, maioritariamente, a licenciatura (39,66%), o ensino secundário (33,52%) e o mestrado (22,03%). Já quanto à formação académica base (Gráfico 4), Ciências (22,49%), Engenharia (13,81%) e Economia (13,61%) são as áreas com mais respostas.

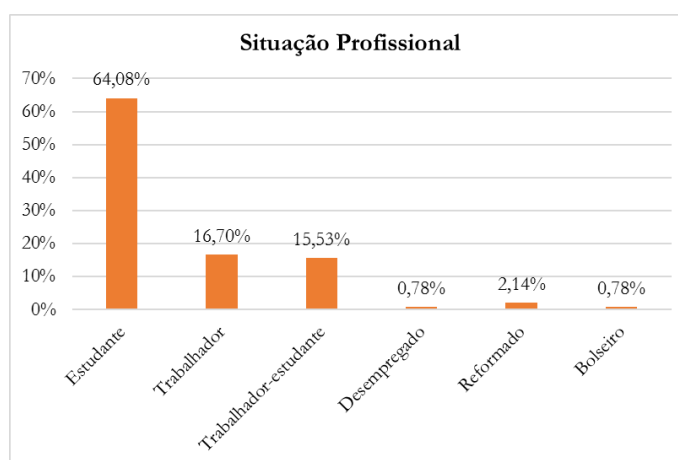


**Gráfico 3: Habilitações Literárias**



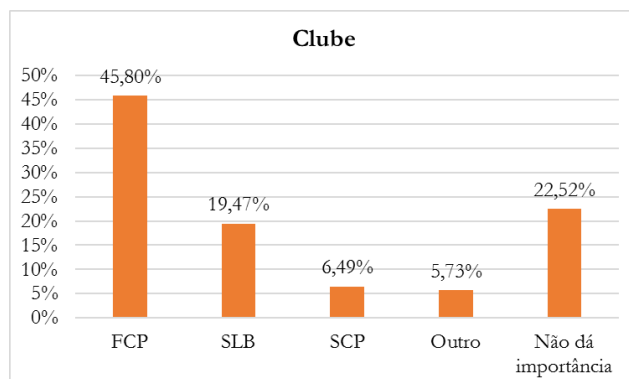
**Gráfico 4: Formação Académica Base**

No caso da situação profissional (Gráfico 5), os inquiridos são principalmente estudantes (64,08%), trabalhadores (16,70%) e trabalhadores-estudantes (15,53%).



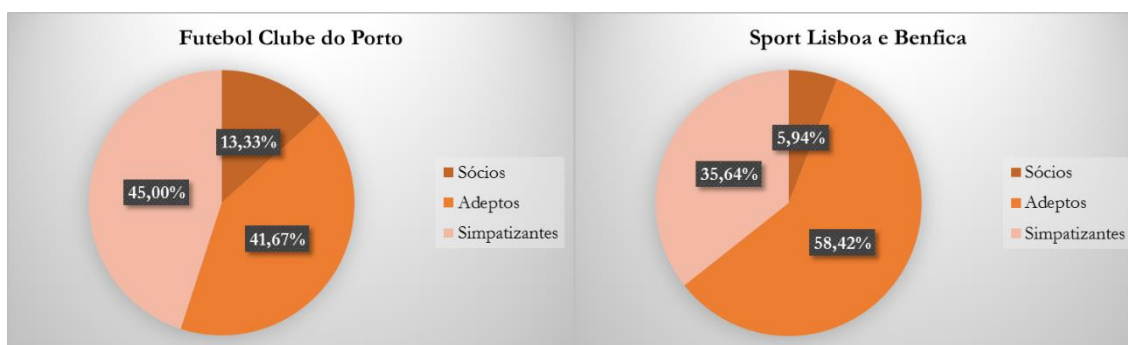
**Gráfico 5: Situação Profissional**

Relativamente aos clubes (Gráfico 6), 45,80% dos inquiridos dizem ser do FCP, 19,47% do SLB, 6,49% do SCP, 5,73% de outros clubes e 22,52% não dão importância ao futebol.



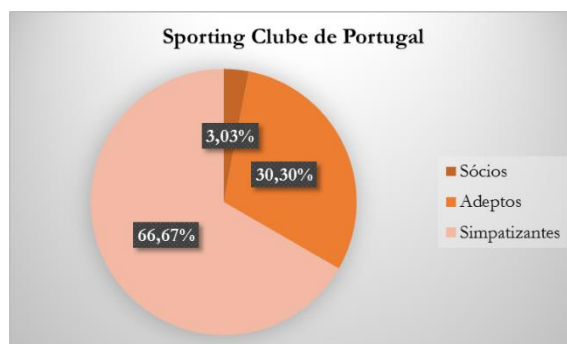
**Gráfico 6:** Clubes dos inquiridos

Aos inquiridos que são de um dos “três grandes”, foi pedido que referissem se são sócios, adeptos e simpatizantes com base no seu envolvimento com o clube. Os três clubes têm uma pequena percentagem de sócios, sendo que o FCP apresenta o maior valor (13,33% de sócios), embora o SLB (5,94% de sócios) seja o clube que tem mais sócios de acordo com os valores apresentados no capítulo 4. No caso do SCP (3,03% de sócios), apenas se registou um sócio (Tabela 3, Anexo 2). Já no caso dos adeptos, o SLB regista mais adeptos (58,42%) em relação aos simpatizantes (35,64%), ao contrário do FCP (41,67% de adeptos e 45% de simpatizantes) e do SCP (30,30% de adeptos e 66,67% de simpatizantes).



**Gráfico 7:** Sócios, adeptos e simpatizantes do FCP

**Gráfico 8:** Sócios, adeptos e simpatizantes do SLB



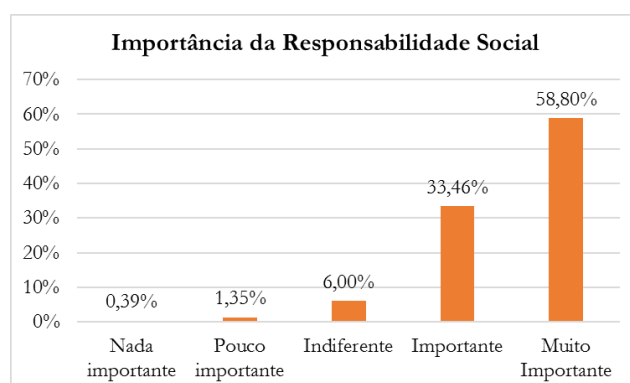
**Gráfico 9:** Sócios, adeptos e simpatizantes do SCP



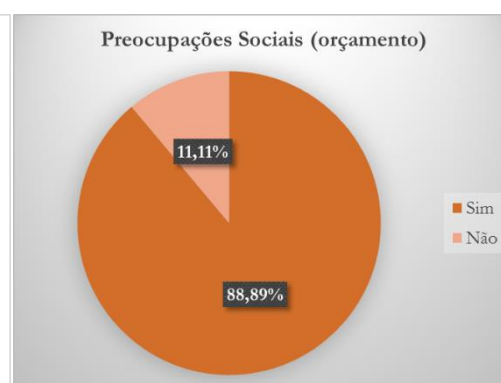
É importante referir uma vez mais que estes valores não são representativos – o número relativo de sócios de cada clube, referidos no Capítulo 3, não tem correspondência com os resultados obtidos no inquérito. Ou seja, enquanto o SLB é o clube que apresenta mais sócios entre os ‘Três Grandes’ (196.762 sócios em 2017), apenas se registaram 6 sócios em 524 respostas ao inquérito. Já relativamente ao FCP, que tinha 110.000 sócios em 2016, foi o clube que registou mais respostas de sócios (32). Quanto ao SCP, o clube com menos sócios dos ‘Três Grandes’ (157.817 em 2017), apenas um dos respondentes se considerou como sócio deste clube. Isto pode dever-se ao facto que o inquérito ter sido realizado maioritariamente por habitantes do Porto (estudantes da Universidade do Porto), daí uma maior proporção de sócios, adeptos e simpatizantes do FCP.

## 6.2. Percepções sobre a Responsabilidade Social e Ambiental

Os inquiridos têm uma percepção muito positiva da Responsabilidade Social (RS), já que a maioria lhe atribui uma importância elevada ou muito elevada, sendo que 58,80% considera que é um fator muito importante nas empresas e 33,46% considera que é importante (Gráfico 10). Estes valores são consistentes com o facto de os inquiridos estarem dispostos a pagar mais pelos produtos e serviços de uma empresa socialmente responsável se o seu orçamento familiar permitisse, uma vez que 88,89% dos inquiridos respondeu que o faria (Gráfico 11).



**Gráfico 10:** Importância da Responsabilidade Social



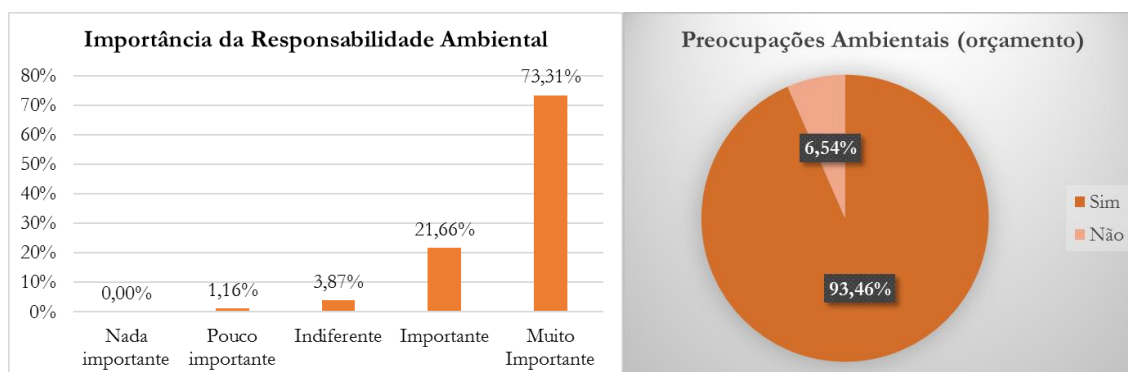
**Gráfico 11:** Preocupações Sociais (orçamento)

É também importante referir que 45,30% realiza uma atividade socialmente responsável (voluntariado, doações em género e/ou doações monetárias), mas apenas 5,37% realiza as três atividades em causa. Apesar da maioria realizar pelo menos uma das atividades, 29,94% referem não realizar qualquer atividade socialmente responsável (Gráfico 12).



**Gráfico 12:** Número de atividades socialmente responsáveis realizadas

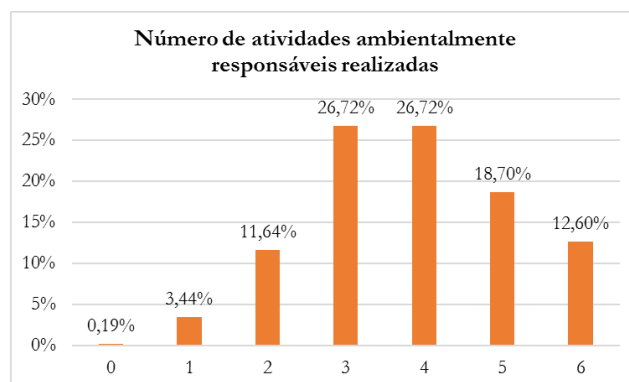
Em relação à Responsabilidade Ambiental (RA), esta é considerada ainda mais importante, visto que 73,31% dos inquiridos a consideram muito importante e 21,66% a consideram importante (Gráfico 13). De referir que nenhum inquirido considera a Responsabilidade Ambiental “nada importante”. Isto também é consistente com as respostas dadas à pergunta “Se o seu orçamento familiar permitisse, estaria disposto a pagar mais por um produto ou serviço de uma empresa ambientalmente responsável?”, em que 93,46% respondeu que sim (Gráfico 14).



**Gráfico 13:** Importância da Responsabilidade Ambiental

**Gráfico 14:** Preocupações Ambientais (orçamento)

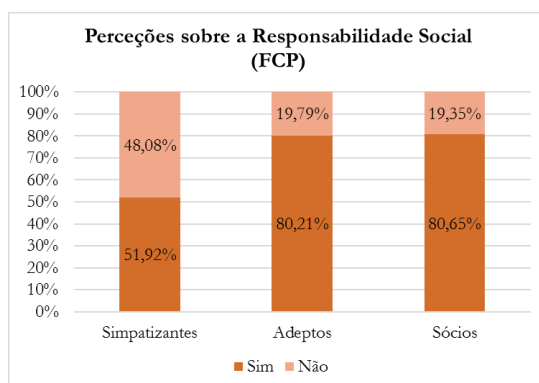
Quanto às atividades realizadas, apenas se regista uma resposta “Não”, o que corresponde a cerca de 0,19% dos inquiridos. Isto significa que 99,81% dos inquiridos leva a cabo pelo menos uma atividade ambientalmente responsável – 3,44% realiza uma atividade e 12,60% realiza as seis consideradas no inquérito, sendo o mais comum realizar três ou quatro atividades (Gráfico 15).



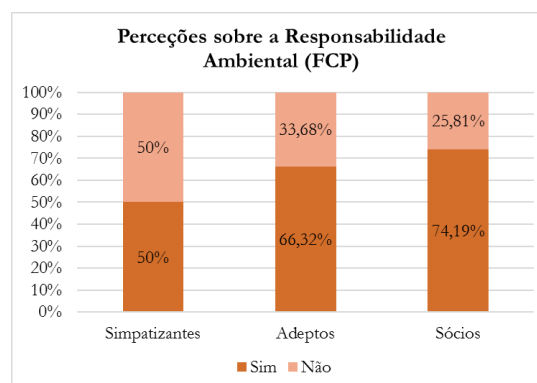
**Gráfico 15:** Número de atividades ambientalmente responsáveis realizadas

Relativamente à RSA dos “três grandes”, foi pedido aos inquiridos que responderam um dos “três grandes” à questão “Qual é o seu clube?” que identificassem o seu clube como social e ambientalmente responsável, ou seja, era-lhes perguntado se consideravam o seu clube social e ambientalmente responsável.

No caso do FCP (Gráficos 16 e 17), o clube é visto como socialmente responsável e quanto maior é o nível de envolvimento com o clube, maior é essa percepção. O mesmo se passa com a RA, embora os valores sejam menores. Os simpatizantes destacam-se dos outros dois grupos com valores relativamente inferiores (51,92% e 50%).



**Gráfico 16:** Percepções sobre a Responsabilidade Social (FCP)

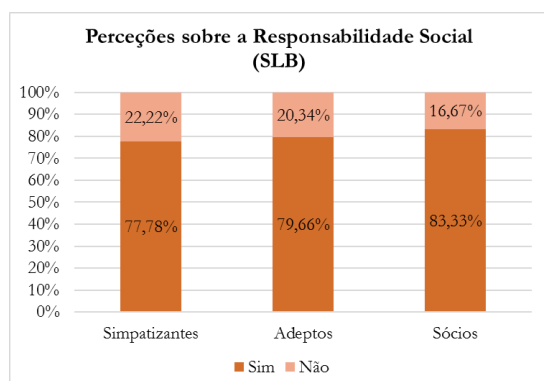


**Gráfico 17:** Percepções sobre a Responsabilidade Ambiental (FCP)

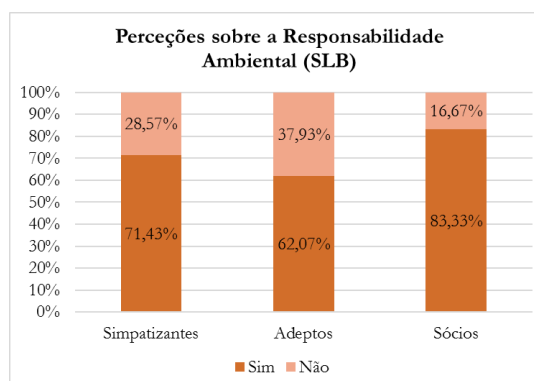
Estes valores são muito interessantes tendo em conta que o FCP não publicita qualquer iniciativa socialmente responsável no seu *website*, ao passo que dá bastante importância à Certificação Ambiental do Estádio do Dragão, a grande iniciativa ambientalmente responsável do clube.

No caso do SLB (Gráficos 18 e 19), o clube é visto como social e ambientalmente responsável, embora os valores da RS sejam maiores e aumentem com o maior grau de envolvimento com o clube. No caso da RA, os adeptos têm uma percepção positiva (62,07%), mas menor do que os outros dois grupos. Os sócios têm uma percepção positiva igual

(83,33%) nos dois casos avaliados (este valor pode ser pouco relevante uma vez que só há 6 sócios do SLB nos inquiridos).



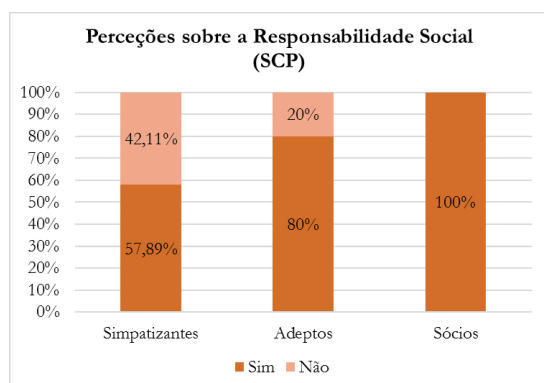
**Gráfico 18:** Perceções sobre a Responsabilidade Social (SLB)



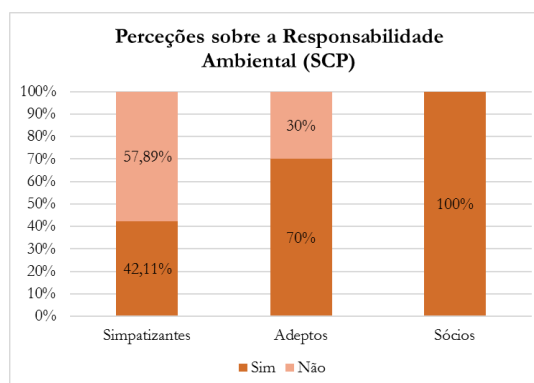
**Gráfico 19:** Perceções sobre a Responsabilidade Ambiental (SLB)

Os valores obtidos neste caso já são relativamente consistentes com as iniciativas socialmente responsáveis do clube, uma vez que o SLB apresenta a lista destas iniciativas no *website* da Fundação Benfica. No caso da responsabilidade ambiental, o SLB apenas apresenta uma iniciativa (ecopontos no Estádio da Luz), que não é apresentada em nenhuma das plataformas de comunicação do clube, sendo apenas visível para quem visitar o Complexo Desportivo da Luz, mas isso não impede que as perceções sobre a RA sejam bastante positivas.

No caso do SCP, apenas se consideram os valores dos simpatizantes e dos adeptos, uma vez que só existe uma resposta de um sócio do SCP. O clube é considerado socialmente responsável pelos simpatizantes e pelos adeptos (Gráfico 20), embora as perceções dos adeptos sejam bastante positivas (80%) quando comparadas com as dos simpatizantes (57,89%). Quanto à RA (Gráfico 21) os adeptos têm uma perceção positiva (70%), mas os simpatizantes não têm uma perceção muito positiva (42,11%).



**Gráfico 20:** Perceções sobre a Responsabilidade Social (SCP)

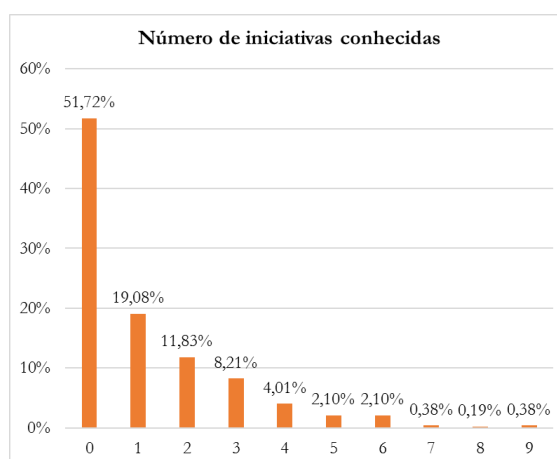


**Gráfico 21:** Perceções sobre a Responsabilidade Ambiental (SCP)

Relativamente a estes valores, o SCP, apesar de ter bastantes iniciativas sociais e ambientais, não as divulga no seu *website*, o que pode explicar o facto de as percepções não serem tão positivas como as dos dois outros clubes estudados.

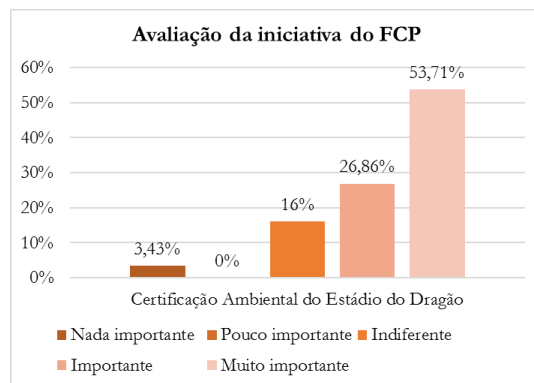
Esta relação – quanto maior o envolvimento com o clube, melhor são as percepções sobre a RSA – foi referida anteriormente no capítulo 2. Segundo Kulczycki e Koenigstorfer (2016), no caso do futebol, as percepções dos indivíduos são afetadas pelo interesse, pela paixão e pela relação que cada um tem com o seu clube, o que faz com que este seja percebido como social e ambientalmente responsável. No caso dos resultados do inquérito, verifica-se isso mesmo no caso dos ‘Três Grandes’, isto é, os sócios destes três clubes, aqueles que têm uma relação mais próxima com o clube, apresentam maiores valores do que os adeptos e simpatizantes quando lhe é perguntado se o seu clube é social e ambientalmente responsável.

Posteriormente, foi perguntado a todos os inquiridos quais das iniciativas social e ambientalmente responsáveis conheciam de um conjunto de iniciativas dos ‘três grandes’ e como as avaliavam, apenas se as conhecessem, embora se tenham registado avaliações de inquiridos que não as conheciam. Mais de metade dos inquiridos (51,72%) não conhece qualquer iniciativa (Gráfico 22). Em relação a quem conhece pelo menos uma das catorze iniciativas apresentadas, 19,08% conhece uma, 11,83% conhece duas e 8,21% conhece três, sendo que o máximo de iniciativas conhecidas é nove, por 0,38% dos inquiridos.



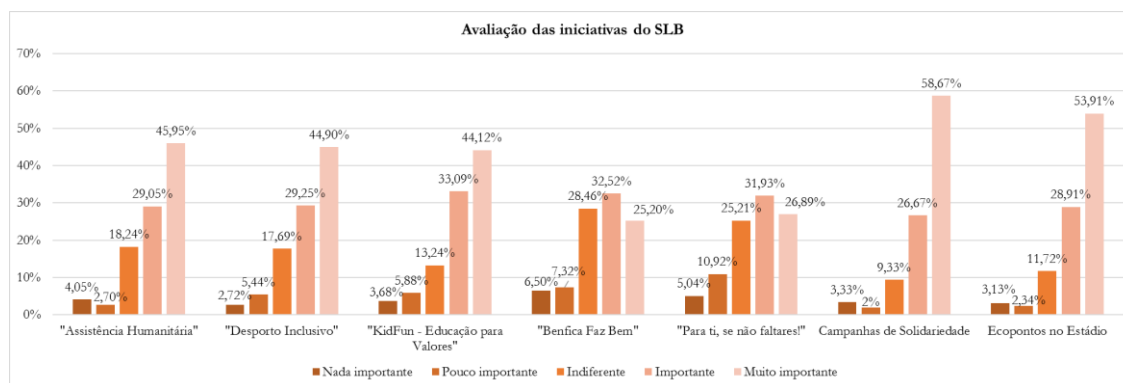
**Gráfico 22:** Número de iniciativas conhecidas

No caso das iniciativas de cada clube, apenas se registou uma iniciativa do FCP, a Certificação Ambiental do Estádio do Dragão (Gráfico 23). Esta iniciativa é considerada muito importante pela maioria dos inquiridos que a conhecem (53,71%).



**Gráfico 23:** Avaliação da iniciativa do FCP

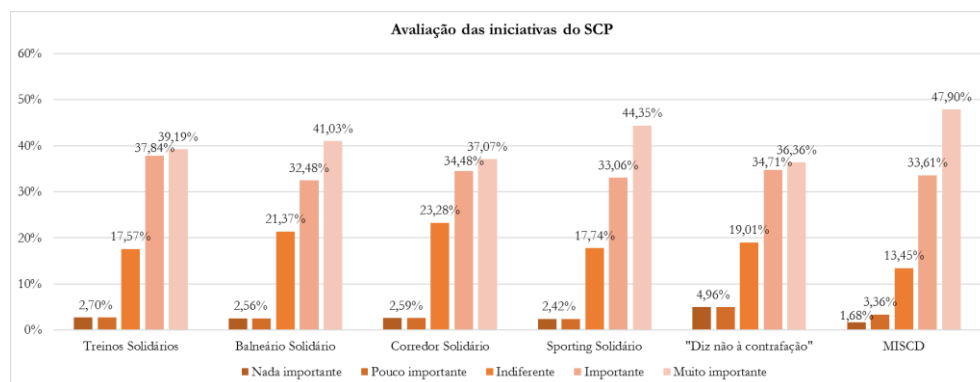
No caso do SLB (Gráfico 24), a maioria das iniciativas incluídas no inquérito são consideradas muito importantes (44,12% a 58,67%), sendo as Campanhas de Solidariedade as que registam o maior valor. No caso das iniciativas “Benfica Faz Bem” e “Para Ti, Se não faltares!”, estas são consideradas importantes (32,52% e 31,93%, respetivamente).



**Gráfico 24:** Avaliação das iniciativas do SLB

Estes são dados curiosos, uma vez que a iniciativa “Para Ti, Se não faltares!” é das mais publicitadas pelo clube, que a usa para angariar fundos para a Fundação Benfica no preenchimento do anexo H do Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Singulares (IRS). Já as Campanhas de Solidariedade e os Ecopontos no Estádio, que registam um maior valor de respostas “Muito importante” (58,67% e 53,91%, respetivamente), são iniciativas que não têm um nome específico, podendo ser mais facilmente reconhecidas do dia a dia. As restantes iniciativas, cada uma com um nome específico dado pela Fundação Benfica, não só podem ser mais difíceis de identificar, como também de avaliar.

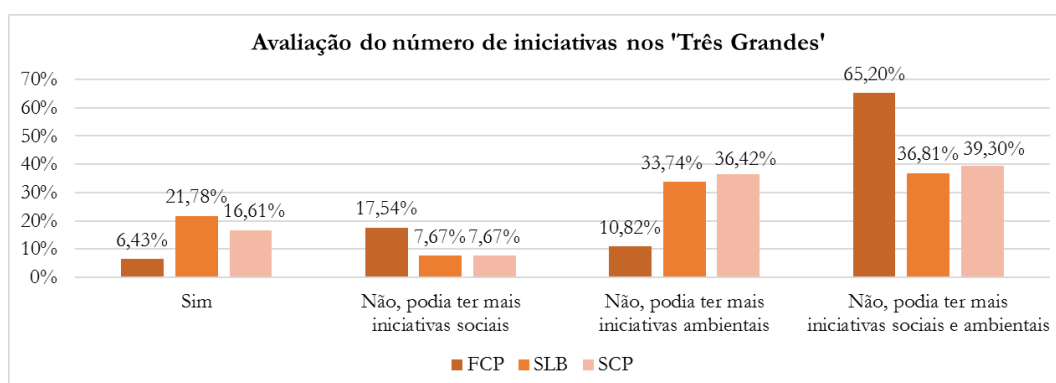
Por fim, no caso do SCP (Gráfico 25), todas as iniciativas incluídas no inquérito são consideradas muito importantes (entre 36,36% e 47,90%). Curiosamente, a campanha “Diz não à contrafação”, bastante discutida nas redes sociais, uma vez que os jogadores do SCP entraram em campo com as camisolas com os nomes mal escritos, é aquela que regista um menor valor (36,36%) de respostas “Muito importante”.



**Gráfico 25:** Avaliação das iniciativas do SCP

Apesar dos elevados valores de respostas “Muito importante” em todas as iniciativas dos ‘Três Grandes’, é também importante referir que as respostas “Indiferente” registam valores relativamente elevados (entre 9,33% e 28,46%), sendo que os menores valores são os das Campanhas de Solidariedade (9,33%) e dos Ecopontos no Estádio (11,72%), mais uma vez porque são as iniciativas mais fáceis de identificar através do seu nome.

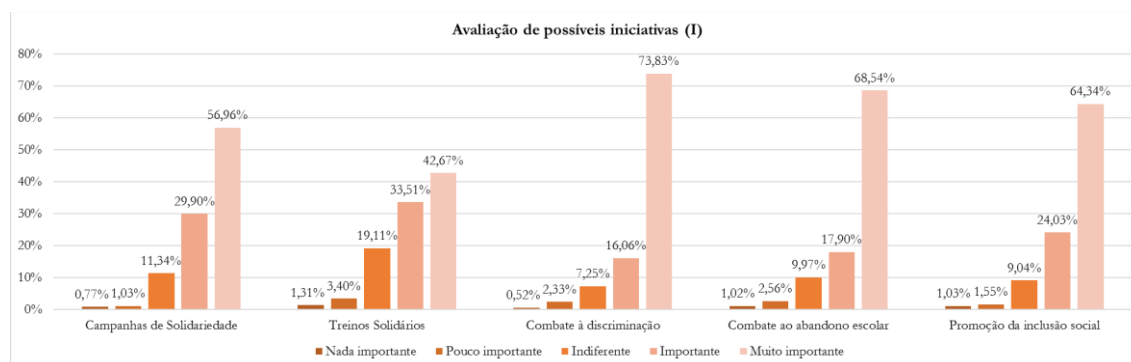
Quanto à quantidade de iniciativas existentes (Gráfico 26), os inquiridos consideram que as iniciativas dos três clubes não são suficientes e que todos devem ter mais iniciativas sociais e ambientais, em especial o FCP (65,20%), que é ao mesmo tempo aquele que é considerado o clube menos social e ambientalmente responsável (6,43% de respostas “Sim”). O SLB é o clube que regista mais respostas “Sim” (21,78%), sendo o clube que é considerado como o mais social e ambientalmente responsável, embora esse valor ainda seja inferior aos que consideram que o clube deveria ter mais iniciativas sociais (33,74%) e mais iniciativas sociais e ambientais (36,81%). Quanto ao SCP, é considerado social e ambientalmente responsável (16,61%), mas esse valor também é relativamente inferior aos que consideram que o clube deveria ter mais iniciativas sociais (36,42%) e mais iniciativas sociais e ambientais (39,30%).



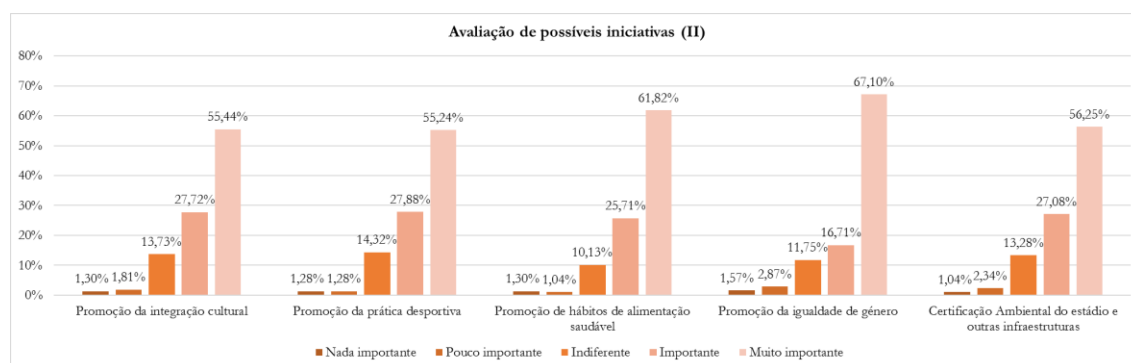
**Gráfico 26:** Avaliação do número de iniciativas nos ‘Três Grandes’

Finalmente, quanto à avaliação de possíveis iniciativas (Gráficos 27, 28 e 29), foram sugeridas aos inquiridos quinze iniciativas, todas elas consideradas muito importantes

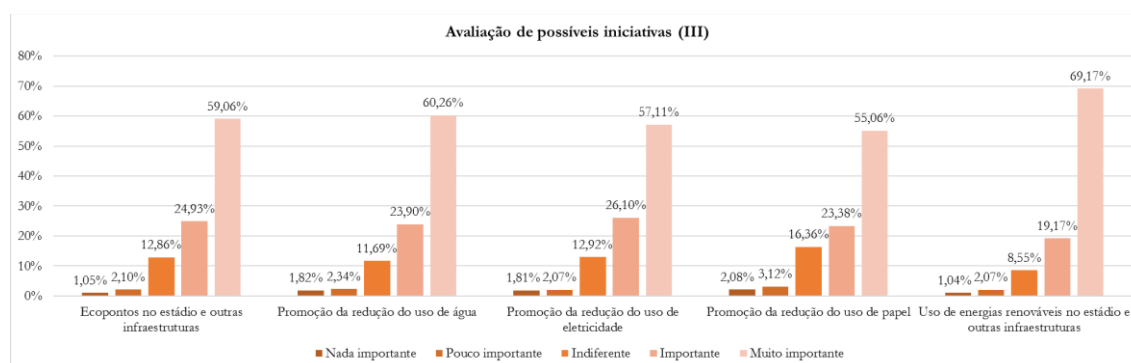
(42,67% a 73,83%). O maior valor registou-se no ‘Combate à discriminação’ (73,83%), seguido do ‘Uso de energias renováveis no estádio e outras infraestruturas’ (69,17%), do ‘Combate ao abandono escolar’ (68,54%) e da ‘Promoção da igualdade de género’ (67,10%). O menor e único valor abaixo dos 55% foi registado nos ‘Treinos solidários’ (42,67%).



**Gráfico 27: Avaliação de possíveis iniciativas (I)**



**Gráfico 28: Avaliação de possíveis iniciativas (II)**



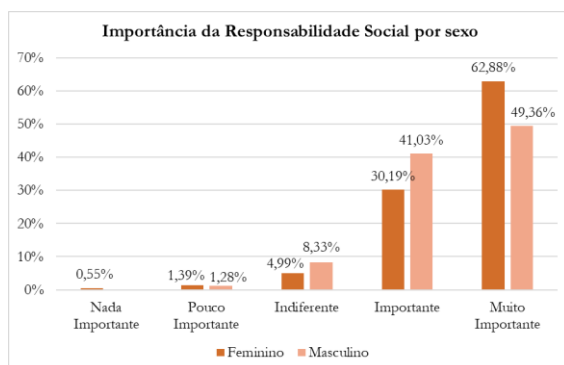
**Gráfico 29: Avaliação de possíveis iniciativas (III)**

As respostas obtidas nesta pergunta refletem as grandes preocupações sociais e ambientais dos inquiridos, pelo que é possível perceber que, para a maioria, os clubes desportivos podem ser muito importantes na transmissão de ideias através de iniciativas que podem implementar, uma vez que as iniciativas existentes e possíveis são maioritariamente consideradas muito importantes e que causas como o combate à discriminação e ao abandono escolar, o uso de energias renováveis e a igualdade de género são as maiores preocupações dos inquiridos.

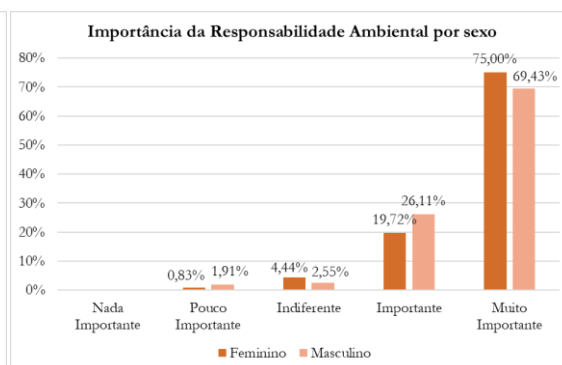


Depois da análise dos dados, optou-se por analisar mais profundamente alguns indicadores, de forma a tentar perceber como determinados fatores podem influenciar as respostas. Assim sendo, avaliou-se a importância dada à RSA de acordo com o sexo, idade e habilitações literárias, a relação entre a importância da RSA e o número de atividades respetivas realizadas, quais as atividades realizadas mais comuns, quem é que conhece as iniciativas de cada clube e quais são as opiniões em relação à suficiência das iniciativas dos ‘Três Grandes’ e a avaliação destas de acordo com o clube que os inquiridos responderam.

Em relação à RS, o sexo feminino atribui-lhe uma maior importância (Gráfico 30), pois a percentagem de respostas ‘Muito Importante’ é superior às do sexo masculino. O mesmo se passa com a RA (Gráfico 31), as mulheres também registam um maior valor na resposta ‘Muito importante’ (75%).

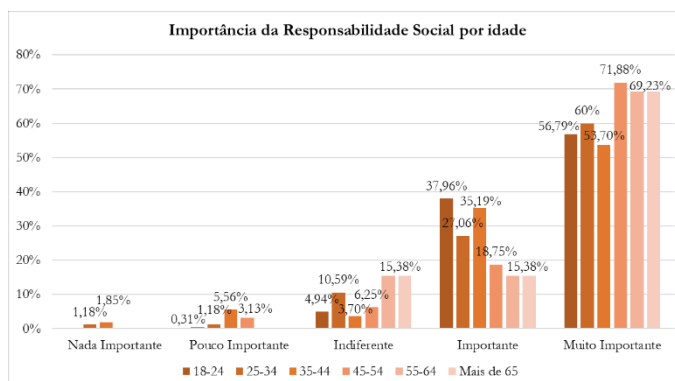


**Gráfico 30:** Importância da RS por sexo



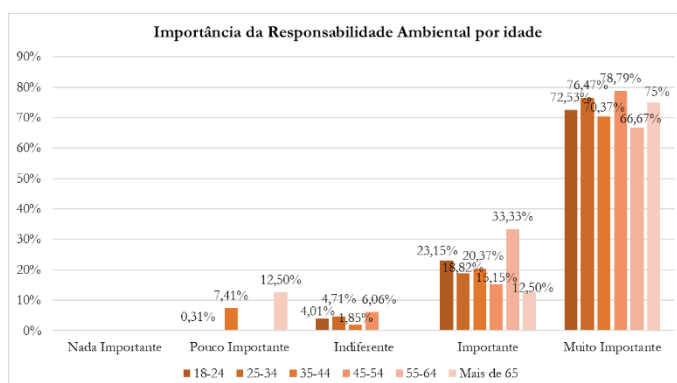
**Gráfico 31:** Importância da RA por sexo

Passando agora à idade, apesar da maioria considerar a RS importante ou muito importante (Gráfico 32), a maior percentagem de respostas “Muito Importante” foi dada pelos inquiridos situados na faixa etária dos 45 aos 54 anos (71,88%), seguidos das faixas etárias dos 55 aos 64 anos e de mais de 65 anos (69,23% em ambos), ao passo que os jovens dos 18 aos 24 e dos 25 aos 34 anos registam valores mais baixos (56,79% e 60%, respetivamente).



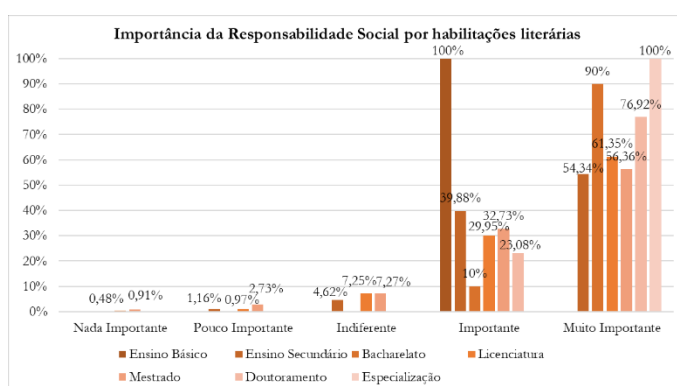
**Gráfico 32:** Importância da RS por idade

Quanto à importância da RA de acordo com a idade (Gráfico 33), os valores registrados são ainda mais positivos do que os da RS, não se verificando respostas “Nada Importante”. O valor mais baixo registrado na resposta “Muito Importante” foi de 66,67%, na faixa etária dos 55 aos 64 anos, curiosamente uma das que registou um valor mais alto na importância da RS (Gráfico 32). Já o valor mais alto foi registrado na faixa etária dos 45 aos 54 anos (78,79%), a mesma que registou um valor mais alto na importância da RS (Gráfico 32).



**Gráfico 33:** Importância da RA por idade

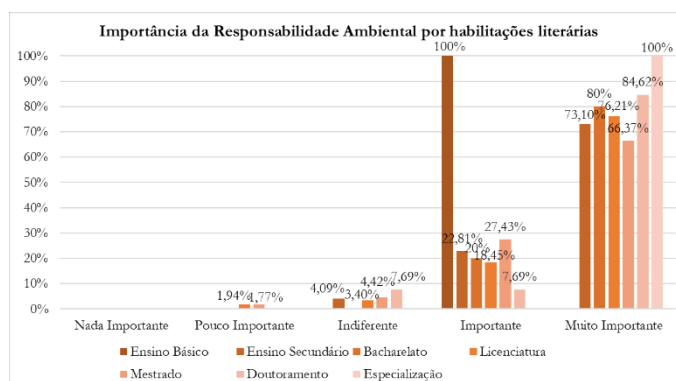
No caso da importância da RS de acordo com as habilitações literárias (Gráfico 34), o Ensino Básico (“Importante”) e a Especialização (“Muito Importante”) apenas contam uma resposta cada um. Assim, excluindo esses dois, por não serem representativos, os inquiridos com Bacharelato são aqueles que registam um maior valor na resposta “Muito Importante” (90%) seguidos do Doutorado (76,92%), ao passo que o menor valor da resposta “Muito Importante”, embora superior a 50%, é registrado pelos inquiridos com o Ensino Secundário (54,34%).



**Gráfico 34:** Importância da RS por habilitações literárias

Relativamente à importância da RA de acordo com as habilitações literárias, excluindo o Ensino Básico (“Importante”) e a Especialização (“Muito Importante”) pois apenas se registou uma resposta em cada um, o maior valor registrado é o dos inquiridos com Doutorado, com 84,62% de respostas “Muito Importante”. Já o menor valor desta

resposta, embora também ultrapasse os 50%, é dado pelos inquiridos com Mestrado (66,37%).



**Gráfico 35:** Importância da RA por habilitações literárias

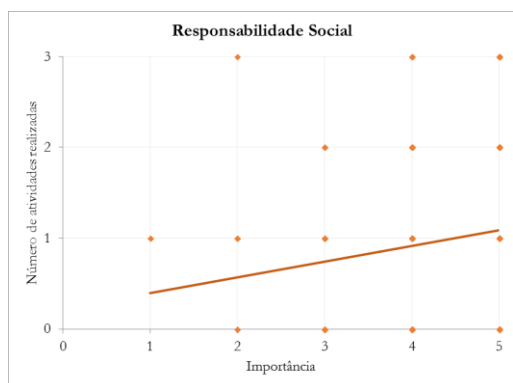
Assim, é possível perceber as mulheres, os adultos entre os 45 e os 54 anos e os doutorados são aqueles que, de acordo com os resultados do inquérito realizado, atribuem uma maior importância à RSA. Como referido no capítulo 2, segundo Oshimi et al. (2016), as perceções sobre os impactos dos eventos desportivos dependem de alguns fatores sociodemográficos. Segundo este autor, as mulheres têm uma maior tendência para identificar tanto os impactos positivos como os negativos. Isto pode explicar o facto de as mulheres inquiridas atribuírem uma maior importância à RSA nos clubes, uma vez que, ao identificarem os impactos negativos e positivos do futebol, podem considerar que a RSA tem um papel muito importante para mitigar os impactos negativos e melhorar os positivos.

No caso da idade, os jovens inquiridos, apesar de considerarem a RSA muito importante, apresentam valores mais baixos do que outras faixas etárias mais velhas, ao qual se acrescenta o facto de também serem as habilitações literárias que exigem mais anos de estudo (implicando que a maior parte das pessoas com essas habilitações sejam, em princípio, mais velhas, uma vez que o inquérito foi feito aos estudantes da Universidade do Porto) que também apresentam valores maiores no que se refere à grande importância da RSA. Neste caso, segundo Oshimi et al. (2016), os jovens têm tendência a identificar os impactos negativos e os resultados obtidos apontam para que, possivelmente, os jovens inquiridos considerem que a RSA permite mitigar esses impactos, mas não da mesma forma que as faixas etárias mais velhas.

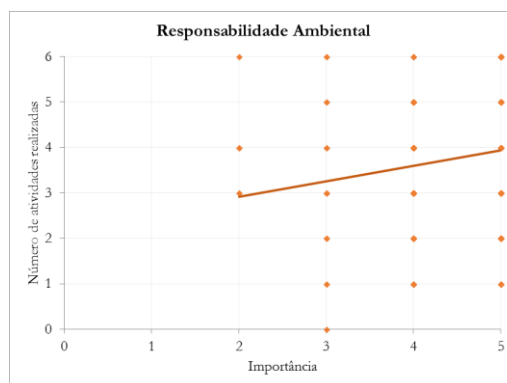
Seguidamente, avaliou-se a correlação entre a importância atribuída à RS e à RA e o número de atividades social e ambientalmente responsáveis realizadas, respetivamente, de forma a perceber se existe uma relação forte ou fraca, positiva ou negativa entre estes valores. É de esperar que, quanto maior a importância atribuída à RSA, maior o número de atividades

realizadas, uma vez que, se se atribui uma maior importância à RSA, mais preocupações se tem em relação a tal, através de atividades como doações ou reciclagem, por exemplo.

Em ambos os casos (Gráficos 36 e 37), existe uma correlação positiva fraca entre a importância (nestes casos, em forma numérica<sup>1</sup>) e o número de atividades realizadas. Em relação à RS, a correlação é de 0,145 e, no caso da RA, este valor é ligeiramente superior, sendo de 0,157. Isto significa que há uma ligeira tendência para realizar mais atividades quanto maior a importância atribuída à RSA, embora se esperasse uma correlação maior do que a registada.



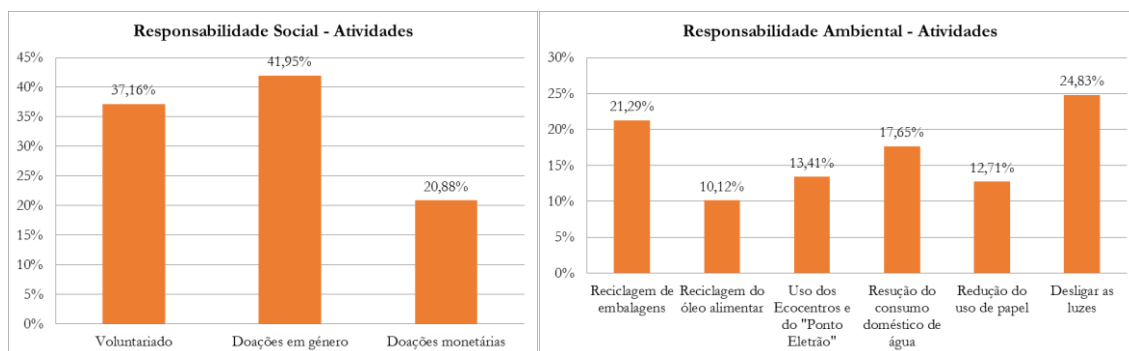
**Gráfico 36:** Correlação entre a importância da RS e número de atividades realizadas



**Gráfico 37:** Correlação entre a importância da RA e número de atividades realizadas

Passando agora à discriminação das atividades socialmente responsáveis (Gráfico 38 e 39), as doações em género são as mais comuns (41,95%), seguidas do voluntariado (37,16%). Isto pode explicar-se devido ao facto de as doações em género serem fáceis de fazer (campanhas de instituições junto a supermercados, por exemplo). Quanto às atividades ambientalmente responsáveis, as mais comuns são desligar as luzes (24,83%) e a reciclagem de embalagens (21,29%). A primeira é relativamente fácil de executar, uma vez que, estando em casa, impõe-se o hábito de desligar as luzes nas divisões que não estão ocupadas. A reciclagem também é bastante comum já que é uma coisa simples de fazer e é das atividades ambientalmente responsáveis mais divulgadas.

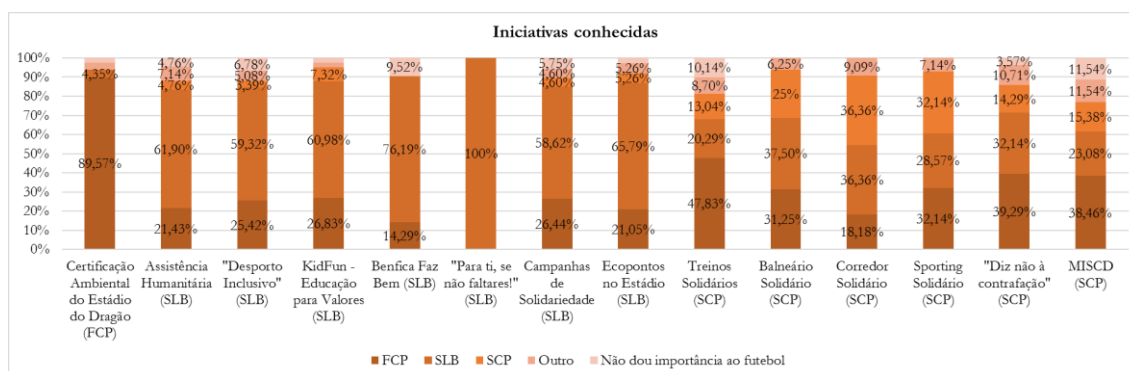
<sup>1</sup> 1: Nada importante; 2: Pouco importante; 3: Indiferente; 4: Importante; 5: Muito importante.



**Gráfico 38:** Atividades socialmente responsáveis      **Gráfico 39:** Atividades ambientalmente responsáveis

Foi também avaliado o conhecimento das iniciativas dos ‘Três Grandes’ por parte dos inquiridos (Gráfico 40), divididos de acordo com o seu clube (FCP, SLB, SCP e Outro) e os que não dão importância ao futebol. É possível verificar que as iniciativas do FCP e do SLB são maioritariamente conhecidas pelos portistas e benfiquistas, respetivamente. No caso das iniciativas do SCP, os portistas e os benfiquistas mostram um maior conhecimento, embora isto se possa dever ao facto de se terem registado poucas respostas de sportinguistas no inquérito.

Ao mesmo tempo, os portistas, os benfiquistas e os sportinguistas mostram deter a maior parte do conhecimento destas iniciativas, enquanto que os inquiridos que responderam que são de outros clubes que não os ‘Três Grandes’ e aqueles que não dão importância ao futebol registam valores muito menores e não conhecem algumas das iniciativas.



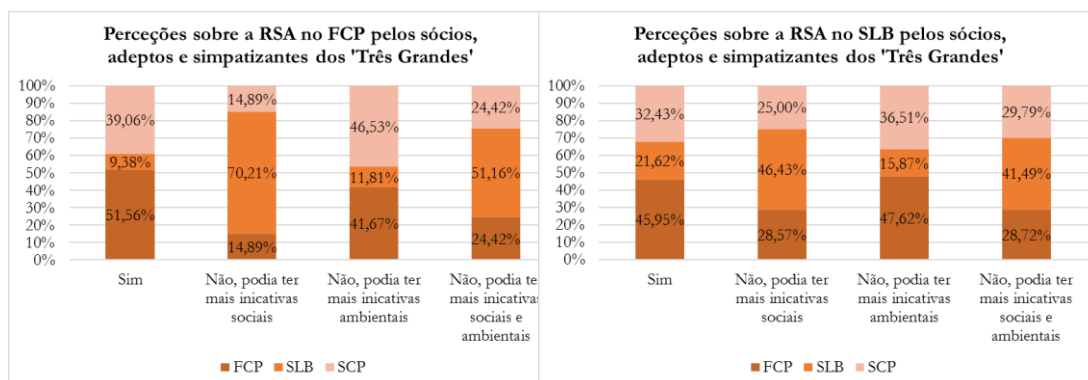
**Gráfico 40:** Iniciativas dos ‘Três Grandes’ conhecidas pelos inquiridos de acordo com o seu clube

No caso das perceções sobre a RSA nos ‘Três Grandes’, avaliaram-se as opiniões dos portistas, benfiquistas e sportinguistas em relação a estes três clubes.

No caso do FCP (Gráfico 41), os portistas são aqueles que consideram que o FCP tem iniciativas suficientes (51,56%), enquanto os benfiquistas consideram que este clube deveria ter mais iniciativas sociais (70,21%) e os sportinguistas acham que o FCP deveria ter mais iniciativas ambientais (46,53%). Quanto ao SLB (Gráfico 42), os benfiquistas consideram

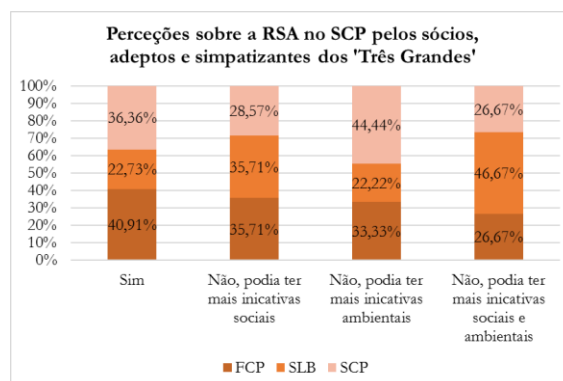
que o clube ainda precisa de implementar mais iniciativas sociais (46,43%), ao passo que os portistas (47,62%) e os sportinguistas (36,51%) acham que o clube deveria ter mais iniciativas ambientais. Por fim, relativamente ao SCP, os sportinguistas sentem que o seu clube deveria ter mais iniciativas ambientais (44,44%), enquanto os portistas consideram que o SCP já tem iniciativas suficientes (40,91%) e os benfiquistas defendem mais iniciativas sociais e ambientais (46,67%) neste clube.

Estes valores estão sempre sujeitos à subjetividade dos inquiridos, movida pela paixão e pela rivalidade entre os clubes.



**Gráfico 41:** Perceções sobre a RSA no FCP pelos sócios, adeptos e simpatizantes dos 'Três Grandes'

**Gráfico 42:** Perceções sobre a RSA no SLB pelos sócios, adeptos e simpatizantes dos 'Três Grandes'

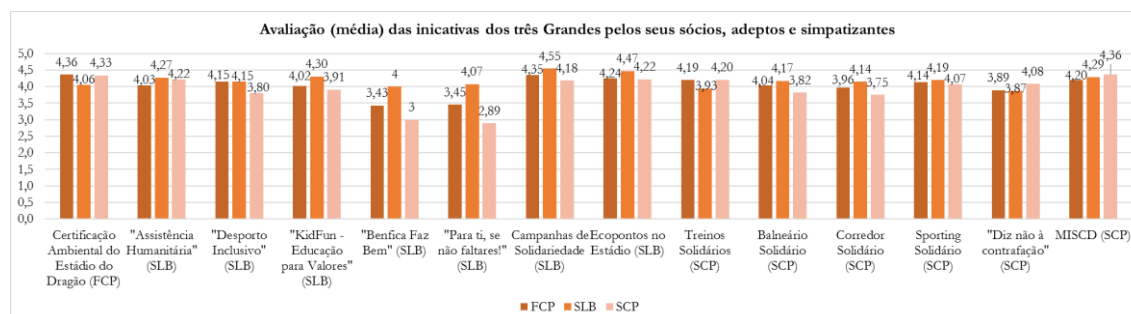


**Gráfico 43:** Perceções sobre a RSA no SCP pelos sócios, adeptos e simpatizantes dos 'Três Grandes'

Por fim, foi feita a média das avaliações<sup>2</sup> que portistas, benfiquistas e sportinguistas fazem às iniciativas dos 'Três Grandes' (Gráfico 44). A maior parte das iniciativas é considerada importante (acima de 4), sendo que algumas são consideradas indiferentes (3), embora próximas do importante. Nenhuma é considerada muito importante (5) e apenas uma é pouco importante (2,89) – “Para ti, se não faltares!” (SLB) – pelos sportinguistas.

<sup>2</sup> 1: Nada importante; 2: Pouco importante; 3: Indiferente; 4: Importante; 5: Muito importante.

É curioso reparar também que as iniciativas do FCP e do SLB recebem os melhores valores dos portistas e dos benfiquistas, respetivamente, e três das seis iniciativas do SCP também recebem os melhores valores dos sportinguistas.



**Gráfico 44:** Avaliação (média) das iniciativas dos 'Três Grandes' pelos seus sócios, adeptos e simpatizantes

Assim, é perceptível que os clubes de futebol em Portugal já implementaram iniciativas social e ambientalmente responsáveis, seguindo a tendência identificada por Babiak e Trendafilova (2011), que referem que as organizações desportivas têm reconhecido o seu impacto social e ambiental e têm tentado implementar soluções. Todavia, de acordo com os respondentes, estas ainda são poucas (Gráfico 26), assim como não são muito visíveis (Gráfico 22). Estes resultados não estão de acordo com o que refere McCullough et al. (2016), isto é, que os clubes preferem começar com iniciativas ditas simples, que são visíveis e fáceis de medir.

No que toca à comunicação e divulgação dessas iniciativas, a comunicação em Portugal ainda não se encontra muito desenvolvida. Isto também é comprovado pelo facto de os respondentes não conhecerem muitas iniciativas sociais e ambientais dos clubes (Gráfico 22), o que pode prejudicar a sua perceção (avaliação) em relação às ditas iniciativas (Gráficos 16 a 21, 23 a 25 e 40 a 44), apesar dos resultados obtidos serem bastante positivos no que toca à importância da RSA.

Segundo Trendafilova et al. (2013), os clubes desportivos têm aumentado a comunicação destas iniciativas nos seus *websites*. Todavia, em Portugal, os 'Três Grandes' não disponibilizam muita informação nos seus *websites*: O *website* do FCP tem uma parte dedicada à Porto Estádio e aí é que informa sobre a certificação do Estádio do Dragão; o SLB tem um *website* exclusivo da Fundação Benfica mas não o promove no seu *website* principal; finalmente, no *website* do SCP não se encontra nada acerca da RSA.

Desta forma, é importante que os clubes continuem a implementar iniciativas, mas também que as divulguem mais, quer nos seus *websites*, quer em meios de comunicação locais

ou nacionais, de modo a que não sejam apenas os seus sócios, adeptos e simpatizantes aqueles com maior facilidade em reconhecer essas iniciativas.



## 7. Conclusão

Este trabalho incidiu sobre a RSA na indústria do futebol, avaliando os três maiores clubes de Portugal – FCP, SLB e SCP. Pretendeu-se avaliar as perceções relativamente às iniciativas implementadas por estes clubes.

O desporto é uma instituição social com grandes impactos sociais e económicos (Godfrey, 2009), além de ser uma indústria em rápida expansão (Babiak e Trendafilova, 2011), o que faz os clubes de futebol terem dois grandes objetivos, alcançar o sucesso desportivo e o sucesso comercial (Roşca, 2011). Com este crescimento, os eventos desportivos têm uma grande visibilidade e grandes impactos socioculturais, ambientais e económicos, entre outros, que podem ser positivos ou negativos (Djaballah et al., 2015) e que as organizações desportivas reconhecem (Collins et al., 2009).

Assim, o estudo dos impactos sociais e ambientais do desporto está a aumentar, embora a maioria dos estudos ainda avalie os impactos económicos, e avaliam o impacto dos eventos desportivos e as perceções em relação a estes, que variam consoante alguns fatores sociodemográficos (Oshimi et al., 2016). Estudos também sugerem que as perceções sobre a RSA tendem a ser influenciadas pelas motivações que a organização tem ao implementar esse tipo de iniciativas (Breitbarth, 2015).

Como já foi referido, o desporto tem impactos sociais e ambientais. Os impactos sociais passam pela visibilidade de grandes eventos desportivos, que atraem muitos indivíduos e que podem contribuir para o crescimento económico e desenvolvimento de um país, mas ao mesmo tempo, implicam custos e possíveis problemas de segurança ou até de conflitos sociais (Kim et al., 2015). Já os impactos ambientais incluem a grande pegada ecológica do desporto, que está muito dependente do ambiente natural, podendo contribuir para a sua degradação (McCullough et al., 2016), e que é intensivo em recursos e em energia, aumentando a responsabilidade dos clubes para com o ambiente (Trendafilova et al., 2013).

A avaliação e mitigação dos impactos ambientais ainda é muito reduzida (Collins et al., 2009), embora se verifique uma maior preocupação com este tema ao nível da gestão, sendo assim uma área em crescimento (Mallen et al., 2011). No caso das organizações desportivas, a sua RSA pode até ser beneficiada pelo afeto e lealdade ao clube (Manoli, 2015) e influenciar a sociedade (Athanasopoulou et al., 2011).

Existem várias formas de abordar estas questões bastante complexas, embora deva ser adotada uma abordagem estratégica que permite avaliar vários elementos em simultâneo (McCullough et al., 2016). A RSA é cada vez mais incluída nas empresas desta forma,

incluindo nas organizações desportivas, que têm reconhecido os seus impactos sociais e ambientais e implementado soluções (Babiak e Trendafilova, 2011), sendo assim uma “tendência” atual nas empresas e na indústria do futebol (Manoli, 2015, p. 336). A RSA no desporto também está muito ligada à transparência dos processos organizacionais (Breitbarth et al., 2015).

Por outro lado, a comunicação das iniciativas social e ambientalmente responsáveis também têm um papel muito importante nas perceções de cada um (Kulczycki e Koenigstorfer, 2016), assistindo-se a um aumento dessa comunicação nos *websites* das organizações desportivas, que influenciam e orientam a sociedade (Trendafilova et al., 2013).

No caso destas organizações, as perceções dos indivíduos são influenciadas pela paixão e pela relação de cada um com o clube em causa, para além dos outros fatores já referidos, o que permite que a RSA seja muito bem-sucedida (Kulczycki e Koenigstorfer, 2016).

As diferentes organizações internacionais já começaram a implementar iniciativas neste âmbito. O IOC, a FIFA e a UEFA apresentam diversas medidas social e ambientalmente responsáveis, de forma a promover um desenvolvimento sustentável através do desporto.

Em Portugal, os ‘Três Grandes’ já implementaram iniciativas sociais e ambientais. O FCP obteve a certificação ambiental do Estádio do Dragão (ISO 9001:2008 e ISO 14001:2012), o SLB implementa diferentes ações sociais através da Fundação Benfica e instalou ecopontos no Complexo Desportivo da Luz e o SCP, para além das iniciativas sociais já implementadas, é o primeiro clube nacional a elaborar um Relatório de Sustentabilidade relativo à época 2016/2017.

Para efetuar a investigação proposta, foi utilizado um inquérito *online* com o objetivo de responder à questão de investigação levantada: **Qual é a perceção dos indivíduos relativamente às iniciativas social e ambientalmente responsáveis levadas a cabo pelos ‘Três Grandes’ do futebol português?**

Depois do estudo dos resultados da pesquisa e dos inquéritos, é possível perceber que os ‘Três Grandes’ já implementaram iniciativas sociais e ambientais, embora a sua comunicação ainda não seja muita, visto que é difícil obter informação através dos seus *websites*. As iniciativas não são tidas como suficientes pelos inquiridos, já que a maior parte considera que os três clubes em causa deveriam implementar mais iniciativas sociais e/ou ambientais.

Apesar disso, as iniciativas são percebidas de uma forma relativamente positiva, assim como a RSA, tal como se comprova pelas iniciativas sociais e ambientais que cada indivíduo toma.

É também perceptível que as mulheres, os adultos entre os 45 e os 54 anos e os doutorados atribuem uma maior importância à RSA. Ao mesmo tempo, há uma ligeira tendência para realizar mais atividades quanto maior a importância atribuída à RSA, sendo que as atividades social e ambientalmente responsáveis mais comuns são as doações em género (RS), desligar as luzes e a reciclagem de embalagens (RA).

Quanto às iniciativas dos ‘Três Grandes’, os portistas e os benfiquistas conhecem maioritariamente as iniciativas do seu clube e as do SCP. E os portistas, os benfiquistas e os sportinguistas são aqueles que conhecem melhor as iniciativas dos ‘Três Grandes’, enquanto que os inquiridos de outros clubes e que não dão importância ao futebol apresentam uma maior dificuldade em conhecer, o que confirma que estas iniciativas são maioritariamente divulgadas nas plataformas de comunicação dos clubes. Para os benfiquistas e sportinguistas, nenhum dos ‘Três Grandes’ tem iniciativas sociais e ambientais suficientes, mas os portistas consideram que apenas o SLB não o faz. Apesar disso, a maior parte das iniciativas é considerada importante e as iniciativas de cada clube recebem uma melhor avaliação dos seus sócios, adeptos e simpatizantes, com exceção de três das seis iniciativas do SCP.

Mas, embora os sócios, adeptos e simpatizantes dos ‘Três Grandes’ já mostrem conhecer algumas iniciativas e as considerem importantes, é perceptível que este tipo de iniciativas ainda não é muito conhecido, como foi possível perceber pelos dados apresentados no capítulo anterior, que mostravam que mais de metade dos inquiridos não conhecia qualquer iniciativa dos ‘Três Grandes’ e apenas dois em 524 inquiridos (0,38%) conheciam nove das catorze iniciativas apresentadas no inquérito, sendo este o máximo de iniciativas conhecidas que se registou.

Apesar do empenho neste trabalho, surgiram alguns problemas ao longo da sua elaboração, como o facto de a literatura sobre este tema, apesar de já ser muito extensa, abordar frequentemente os mesmos temas, tornando-se um pouco repetitiva. Um outro problema foi a falta de informação nos *websites* dos clubes, que obrigou à comunicação direta com estes através de diversos *e-mails* para os quais, à exceção de um, não se obtiveram respostas.

Ao mesmo tempo, este trabalho apresenta lacunas. A amostra não poder ser considerada representativa é uma delas. Além disso, no inquérito não foi perguntado de que forma as pessoas tinham conhecimento das iniciativas dos clubes, o que era um ponto importante tendo em conta que é referido no trabalho que a comunicação destas iniciativas se faz maioritariamente pelos *websites*, e outras variáveis que poderiam ser relevantes para este

estudo (por exemplo, a perspectiva dos inquiridos em relação à RSA dos clubes internacionais). Investigação futura poderia debruçar-se sobre a questão do conhecimento das iniciativas. Por outro lado, uma vez que se tratou de um estudo exploratório, não foram analisados estatisticamente certo tipo de relações, como a relação entre o sexo e o conhecimento das iniciativas de RSA dos clubes de futebol. Este tipo de análise poderia ser efetuado em estudos futuros. Outra linha de investigação futura passa por comparações entre as perceções das práticas de clubes de futebol de vários países, elegendo as diferenças culturais como fator explicativo das eventuais diferenças detetadas.

Este trabalho pode também, eventualmente, ter repercussões e implicações, como é o caso da possível consciencialização das pessoas que responderem ao inquérito para este tipo de iniciativas.

## Referências Bibliográficas

- Amin-Chaudhry, A. (2016), “Corporate social responsibility - from a mere concept to an expected business practice”, *Social Responsibility Journal*, Vol. 12, N°. 1, pp. 190-207.
- Athanasopoulou, P., J. Douvis e V. Kyriakis (2011), “Corporate social responsibility (CSR) in sports: antecedents and consequences.”, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Vol. 1, N°. 4, pp. 1-11.
- Babiak, K. e S. Trendafilova (2011), “CSR and Environmental Responsibility Motive and Pressures to Adopt Green Management Practices”, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 18, pp. 11-24.
- Bini, C., A. Ferrarini, M. Spiandorello, M. Wahsha e D. M. Zilioli (2017), “Landscape Evolution And Global Soil Change In Alpine Valleys: Impact Of Anthropogenesis On Terraced Soils (Belluno, Northern Italy)”, *Eqa-International Journal Of Environmental Quality*, Vol. 25, pp. 1-17.
- Brace, I. (2008), *Questionnaire design: how to plan, structure and write survey material for effective market research*. 2ª edição. London & Philadelphia: Kogan Page.
- Breitbarth, T., S. Walzel, C. Anagnostopoulos e F. van Eekeren (2015), “Corporate social responsibility and governance in sport: “Oh, the things you can find, if you don’t stay behind””, *CORPORATE GOVERNANCE*, Vol. 15, N°. 2, pp. 254-273.
- Coalter, F. (2017), “Sport and Social Inclusion: Evidence-Based Policy and Practice”, *Social Inclusion*, Vol. 5, N°. 2, pp. 141-149.
- Collins, A., C. Jones e M. Munday (2009), “Assessing the environmental impacts of mega sporting events: Two opinions?”, *Tourism Management*, Vol. 30, pp. 828-837.
- Demirbag, M., G. Wood, D. Makhmadshoev e O. Rymkevich (2017), “Varieties of CSR: Institutions and Socially Responsible Behaviour”, *International Business Review*, Vol. 26, N°. 6, pp. 1064-1074.
- Djaballah, M., C. Hautbois e M. Desbordes (2015), “Non-mega sporting events' social impacts: a sensemaking approach of local governments' perceptions and strategies”, *European Sport Management Quarterly*, Vol. 15, N°. 1, pp. 48-76.
- FIFA (2018a), 2018 FIFA World Cup Russia™. Disponível em <https://www.fifa.com/worldcup/>. Acedido em 17 de julho de 2018.
- FIFA (2018b), Gianni Infantino. Disponível em <https://www.fifa.com/about-fifa/the-president/gianni-infantino.html>. Acedido em 17 de julho de 2018.

FIFA (2018c), *History of FIFA – A New Era*. Disponível em <https://www.fifa.com/about-fifa/who-we-are/history/new-era.html>. Acedido em 17 de julho de 2018.

FIFA (2018d), *History of FIFA – Globalisation*. Disponível em <https://www.fifa.com/about-fifa/who-we-are/history/globalisation.html>. Acedido em 17 de julho de 2018.

FIFA (2018e), *History of FIFA – Foundation*. Disponível em <https://www.fifa.com/about-fifa/who-we-are/history/index.html>. Acedido em 17 de julho de 2018.

FIFA (2018f), *History of FIFA – FIFA takes shape*. Disponível em <https://www.fifa.com/about-fifa/who-we-are/history/fifa-takes-shape.html>. Acedido em 17 de julho de 2018.

FIFA (2018g), *History of FIFA – The first FIFA World Cup™*. Disponível em <https://www.fifa.com/about-fifa/who-we-are/history/first-fifa-world-cup.html>. Acedido em 17 de julho de 2018.

FIFA (2018h), *Independent Ethics Committee*. Disponível em <https://www.fifa.com/governance/independent-ethics-committee/index.html>. Acedido em 17 de julho de 2018.

FIFA (2018i), *Sustainability*. Disponível em <https://www.fifa.com/sustainability/>. Acedido em 17 de julho de 2018.

Fundação Benfica (2018a), *História*. Disponível em <https://fundacao.slbenfica.pt/pt-pt/fundacao/historia.aspx>. Acedido em 15 de fevereiro de 2018.

Fundação Benfica (2018b), *Iniciativas*. Disponível em <https://fundacao.slbenfica.pt/pt-pt/atividades/iniciativas.aspx>. Acedido em 15 de fevereiro de 2018.

Fundação Benfica (2018c), *Missão e Objectivos*. Disponível em <https://fundacao.slbenfica.pt/pt-pt/fundacao/missaoeobjectivos.aspx>. Acedido em 15 de fevereiro de 2018.

Fundação Benfica (2018d), *Projectos*. Disponível em <https://fundacao.slbenfica.pt/pt-pt/atividades/projetos.aspx>. Acedido em 15 de fevereiro de 2018.

Futebol Clube do Porto (2010), *Manual de Boas Práticas Ambientais*.

Futebol Clube do Porto (2018a), *Ambiente*. Disponível em [http://www.fcporto.pt/pt/clube/grupo-fc-porto/Pages/ambiente.aspx#ancora\\_topo](http://www.fcporto.pt/pt/clube/grupo-fc-porto/Pages/ambiente.aspx#ancora_topo). Acedido em 15 de fevereiro de 2018.

Futebol Clube do Porto (2018b), *Certificações e Prémios*. Disponível em [http://www.fcporto.pt/pt/clube/grupo-fc-porto/Pages/certificacoes-e-premios.aspx#ancora\\_topo](http://www.fcporto.pt/pt/clube/grupo-fc-porto/Pages/certificacoes-e-premios.aspx#ancora_topo). Acedido em 15 de fevereiro de 2018.

- Futebol Clube do Porto (2018c), *História*. Disponível em <http://www.fcporto.pt/pt/clube/historia/Pages/historia.aspx>. Acedido em 15 de fevereiro de 2018.
- Futebol Clube do Porto (2018d), *Instalações*. Disponível em [http://www.fcporto.pt/pt/clube/instalacoes/Pages/dragao-caixa.aspx#ancora\\_topo](http://www.fcporto.pt/pt/clube/instalacoes/Pages/dragao-caixa.aspx#ancora_topo). Acedido em 15 de fevereiro de 2018.
- Futebol Clube do Porto (2018e), *Modalidades*. Disponível em <http://www.fcporto.pt/pt/modalidades/Pages/todas-as-modalidades.aspx>. Acedido em 15 de fevereiro de 2018.
- Futebol Clube do Porto (2018f), *Sustentabilidade*. Disponível em [http://www.fcporto.pt/pt/clube/grupo-fc-porto/Pages/sustentabilidade-intro.aspx#ancora\\_topo](http://www.fcporto.pt/pt/clube/grupo-fc-porto/Pages/sustentabilidade-intro.aspx#ancora_topo). Acedido em 15 de fevereiro de 2018.
- Gibson, H. J., M. Walker, B. Thapa, K. Kaplanidou, S. Geldenhuys e W. Coetzee (2014), “Psychic income and social capital among host nation residents: A pre-post analysis of the 2010 FIFA World Cup in South Africa”, *Tourism Management*, Vol. 44, pp. 113-122.
- Godfrey, P. C. (2009), “Corporate Social Responsibility in Sport: An Overview and Key Issues”, *Journal of Sport Management*, Vol. 23, N°. 6, pp. 698-716.
- IOC (2018a), *IOC Sustainability Strategy – Executive Summary*. Disponível em <http://extrassets.olympic.org/sustainability-strategy/executivesummary/1-1>. Acedido em 17 de julho de 2018.
- IOC (2018b), *Promote Olympism in society*. Disponível em <https://www.olympic.org/the-ioc/promote-olympism>. Acedido em 17 de julho de 2018.
- IOC (2018c), *Rio 2016*. Disponível em <https://www.olympic.org/rio-2016>. Acedido em 17 de julho de 2018.
- IOC (2018d), *The Organisation*. Disponível em <https://www.olympic.org/about-ioc-institution>. Acedido em 17 de julho de 2018.
- IOC (2018e), *The Organisation - President*. Disponível em <https://www.olympic.org/about-ioc-institution#president>. Acedido em 17 de julho de 2018.
- Kim, W., H. M. Jun, M. Walker e D. Drane (2015), “Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation”, *Tourism Management*, Vol. 48, pp. 21-32.

- Kulczycki, W. e J. Koenigstorfer (2016), “Doing good in the right place: city residents' evaluations of professional football teams' local (vs. distant) corporate social responsibility activities”, *European Sport Management Quarterly*, Vol. 16, N.º. 4, pp. 502-524.
- Lang, J. J., K. Belanger, V. Poitras, I. Janssen, G. R. Tomkinson e M. S. Tremblay (2018), “Systematic review of the relationship between 20 m shuttle run performance and health indicators among children and youth”, *Journal of Science and Medicine in Sport*, Vol. 21, N.º. 4, pp. 383-397.
- MaisFutebol (2016), *Número de sócios: três clubes portugueses no top 10 mundial*. Disponível em <http://www.maisfutebol.iol.pt/sporting/benfica/numeros-de-socios-tres-clubes-portugueses-no-top-10-mundial>. Acedido em 17 de maio de 2018.
- Mallen, C., J. Stevens e L. J. Adams (2011), “A Content Analysis of Environmental Sustainability Research In a Sport-Related Journal Sample”, *Journal of Sport Management*, Vol. 25, pp. 240-256.
- Manoli, A. E. (2015), “Promoting Corporate Social Responsibility in the Football Industry”, *Journal of Promotion Management*, Vol. 21, N.º. 3, pp. 335-350.
- McCullough, B. P., M. E. Pfahl e S. N. Nguyen (2016), “The green waves of environmental sustainability in sport”, *Sport in Society*, Vol. 19, N.º. 7, pp. 1040-1065.
- Oshimi, D., M. Harada e T. Fukuhara (2016), “Residents' perceptions on the social impacts of an international sport event: Applying panel data design and a moderating variable”, *Journal of Convention & Event Tourism*, Vol. 17, N.º. 4, pp. 294-317.
- Pinto, T. (2018). *Sustentabilidade em Eventos Desportivos. Estágio realizado PortoEstádio S.A. Porto*: T. Pinto. Relatório de estágio Profissionalizante para obtenção do Grau de Mestre em Gestão Desportiva apresentado à Faculdade de Desporto da Universidade do Porto.
- Roşca, V. (2011), “Corporate Social Responsibility in English Football: History and Present”, *Management & Marketing Challenges for the Knowledge Society*, Vol. 6, N.º. 2, pp. 327-346.
- Sport Lisboa e Benfica (2017), *Apresentação do Relatório e Contas 2016/2017*.
- Sport Lisboa e Benfica (2018a), *Espaços*. Disponível em <https://www.slbenfica.pt/pt-pt/espacos>. Acedido em 15 de fevereiro de 2018.
- Sport Lisboa e Benfica (2018b), *Fundação*. Disponível em <https://www.slbenfica.pt/pt-pt/slb/historia/fundacao>. Acedido em 15 de fevereiro de 2018.
- Sport Lisboa e Benfica (2018c), *Modalidades*. Disponível em <https://www.slbenfica.pt/pt-pt/modalidades>. Acedido em 15 de fevereiro de 2018.



- Sport Lisboa e Benfica (2018d), *Símbolos*. Disponível em <https://www.slbenfica.pt/pt-pt/slb/historia/simbolos>. Acedido em 15 de fevereiro de 2018.
- Sporting Clube de Portugal (2017), *Relatório de sustentabilidade 16 | 17*.
- Sporting Clube de Portugal (2018a), *História*. Disponível em <http://www.sporting.pt/pt/clube/historia/resumo>. Acedido em 15 de fevereiro de 2018.
- Sporting Clube de Portugal (2018b), *Infraestruturas*. Disponível em <http://www.sporting.pt/pt/clube/infraestruturas/academia>. Acedido em 15 de fevereiro de 2018.
- Trendafilova, S., K. Babiak e K. Heinze (2013), “Corporate social responsibility and environmental sustainability: Why professional sport is greening the playing field”, *Sport Management Review*, Vol. 16, N.º. 3, pp. 298-313.
- UEFA (2016a), *UEFA EURO 2016: Social Responsibility and Sustainability – Post-event report*. Disponível em [https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/OfficialDocument/uefaorg/General/02/42/47/58/2424758\\_DOWNLOAD.pdf](https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/OfficialDocument/uefaorg/General/02/42/47/58/2424758_DOWNLOAD.pdf). Acedido a 17 de julho de 2018.
- UEFA (2016b), *UEFA EURO 2020 identity revealed in London*. Disponível em <https://www.uefa.com/insideuefa/about-uefa/history/index.html>. Acedido a 17 de julho de 2018.
- UEFA (2017a), *Aleksander Čeferin*. Disponível em <https://www.uefa.com/insideuefa/about-uefa/president/profile/index.html>. Acedido a 17 de julho de 2018.
- UEFA (2017b), *UEFA – European football’s governing body*. Disponível em <https://www.uefa.com/insideuefa/about-uefa/history/index.html>. Acedido a 17 de julho de 2018.
- UEFA (2017c), *UEFA Football and Social Responsibility Report*. Disponível em [https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/uefaorg/General/02/55/80/23/2558023\\_DOWNLOAD.pdf](https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/uefaorg/General/02/55/80/23/2558023_DOWNLOAD.pdf). Acedido a 17 de julho de 2018.
- UEFA (2018a), *História*. Disponível em <https://pt.uefa.com/uefaeuro/history/index.html>. Acedido a 17 de julho de 2018.
- UEFA (2018b), *Playing for Our Planet – UEFA/WWF report*. Disponível em [https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/uefaorg/General/02/55/63/72/2556372\\_DOWNLOAD.pdf](https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/uefaorg/General/02/55/63/72/2556372_DOWNLOAD.pdf). Acedido a 17 de julho de 2018.
- UEFA (2018c), *Social Responsibility*. Disponível em <https://www.uefa.com/insideuefa/social-responsibility/>. Acedido a 17 de julho de 2018.

UEFA (2018d), *UEFA*. Disponível em <https://www.uefa.com/>. Acedido a 17 de julho de 2018.

Waegeneer, E., J. Sompele e A. Willem (2016), “Ethical Codes in Sports Organizations: Classification Framework, Content Analysis, and the Influence of Content on Code Effectiveness”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 136, N°. 3, pp. 587-598.

## **Anexos**

### **Anexo 1: Inquérito**

#### **Perceções sobre a Responsabilidade Social e Ambiental na Indústria do Futebol**

Este inquérito tem como objetivo avaliar as perceções sobre a responsabilidade social e ambiental na indústria do futebol. É realizado no âmbito do Mestrado em Economia e Gestão do Ambiente da Faculdade de Economia da Universidade do Porto, de forma a obter dados para a elaboração da dissertação.

A sua participação é essencial para a realização deste estudo. A duração de preenchimento do questionário é de cerca de 5 minutos e as suas respostas são ANÓNIMAS, CONFIDENCIAIS e NÃO OBRIGATÓRIAS.

Obrigada pela sua colaboração!

#### **Dados Demográficos**

##### **Sexo**

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino

##### **Idade**

- |                                   |                                  |
|-----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="radio"/> Menos de 18 | <input type="radio"/> 45-54      |
| <input type="radio"/> 18-24       | <input type="radio"/> 55-64      |
| <input type="radio"/> 25-34       | <input type="radio"/> Mais de 65 |
| <input type="radio"/> 35-44       |                                  |

##### **Habilitações Literárias**

- |   |                                    |                                    |
|---|------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="radio"/> Ensino Básico     | <input type="radio"/> Bacharelato  | <input type="radio"/> Doutoramento |
| <input type="radio"/> Ensino Secundário | <input type="radio"/> Licenciatura | <input type="radio"/> Outra: _____ |
|   | <input type="radio"/> Mestrado     |                                    |

##### **Formação Académica Base**

- |                                   |                                  |   |
|-----------------------------------|----------------------------------|---|
| <input type="radio"/> Arquitetura | <input type="radio"/> Direito    | <input type="radio"/> Farmácia          |
| <input type="radio"/> Belas Artes | <input type="radio"/> Economia   | <input type="radio"/> Letras            |
| <input type="radio"/> Ciências    | <input type="radio"/> Educação   | <input type="radio"/> Medicina          |
| <input type="radio"/> Desporto    | <input type="radio"/> Engenharia | <input type="radio"/> Medicina Dentária |



- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Uso dos ecocentos e do “Ponto Eletrão” | <input type="checkbox"/> Redução do uso de papel                   |
| <input type="checkbox"/> Redução do consumo doméstico de água   | <input type="checkbox"/> Desligar as luzes que não são necessárias |
|   | <input type="checkbox"/> Não                                       |

### **Futebol**

#### **Qual é o seu clube?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="radio"/> Futebol Clube do Porto     | <input type="radio"/> Outro                          |
| <input type="radio"/> Sport Lisboa e Benfica     | <input type="radio"/> Não dou importância ao futebol |
| <input type="radio"/> Sporting Clube de Portugal |  |

Separação – quem responder um dos clubes, passa às perguntas específicas sobre esse clube; quem responder “outro” ou “não dou importância ao futebol”, passa para a avaliação.

#### **Em relação ao Futebol Clube do Porto/Sport Lisboa e Benfica/Sporting Clube de Portugal, considera-se:**

(Considere-se adepto se tem uma grande ligação ao seu clube e simpatizante se a ligação ao seu clube não é muito forte)

- |                              |                                    |
|------------------------------|------------------------------------|
| <input type="radio"/> Adepto | <input type="radio"/> Simpatizante |
|------------------------------|------------------------------------|

#### **É sócio do Futebol Clube do Porto/Sport Lisboa e Benfica/Sporting Clube de Portugal?**

- |                           |                           |
|---------------------------|---------------------------|
| <input type="radio"/> Sim | <input type="radio"/> Não |
|---------------------------|---------------------------|

#### **Considera que o Futebol Clube do Porto/Sport Lisboa e Benfica/Sporting Clube de Portugal é socialmente responsável?**

- |                           |                           |
|---------------------------|---------------------------|
| <input type="radio"/> Sim | <input type="radio"/> Não |
|---------------------------|---------------------------|

#### **Considera que o Futebol Clube do Porto/Sport Lisboa e Benfica/ Sporting Clube de Portugal é ambientalmente responsável?**

- |                           |                           |
|---------------------------|---------------------------|
| <input type="radio"/> Sim | <input type="radio"/> Não |
|---------------------------|---------------------------|

Termina a separação.

### **Percepções Sobre a Responsabilidade Social e Ambiental nos Clubes de Futebol**

**Destas atividades social e ambientalmente responsáveis dos “3 grandes”, identifique as que conhece:**

- ☐ Certificação Ambiental do Estádio do Dragão (FCP)
- ☐ “Assistência Humanitária” (SLB)
- ☐ “Desporto Inclusivo” (SLB)
- ☐ “KidFun - Educação para Valores” (SLB)
- ☐ “Benfica Faz Bem” (SLB)
- ☐ “Para ti Se não faltares!” (SLB)
- ☐ Campanhas de Solidariedade (SLB)
- ☐ Ecopontos no Estádio (SLB)
- ☐ Treinos Solidários (SCP)
- ☐ Balneário Solidário (SCP)
- ☐ Corredor Solidário (SCP)
- ☐ Sporting Solidário (SCP)
- ☐ “Diz não à contrafação” (SCP)
- ☐ MISCD – Movimento de Inclusão Social pelo Desporto e pela Cultura (SCP)

**De 1 a 5, avalie as seguintes atividades social e ambientalmente responsáveis dos “3 grandes”:**

(1: nada importante; 2: pouco importante; 3: indiferente; 4: importante; 5: muito importante  
– avalie apenas as iniciativas que CONHECE)

	1	2	3	4	5
<b>Certificação Ambiental do Estádio do Dragão (FCP)</b>					
<b>“Assistência Humanitária” (SLB)</b>					
<b>“Desporto Inclusivo” (SLB)</b>					
<b>“KidFun - Educação para Valores” (SLB)</b>					
<b>“Benfica Faz Bem” (SLB)</b>					
<b>“Para ti, Se não faltares!” (SLB)</b>					
<b>Campanhas de Solidariedade (SLB)</b>					
<b>Ecopontos no Estádio (SLB)</b>					
<b>Treinos Solidários (SCP)</b>					
<b>Balneário Solidário (SCP)</b>					
<b>Corredor Solidário (SCP)</b>					
<b>Sporting Solidário (SCP)</b>					
<b>“Diz não à contrafação” (SCP)</b>					
<b>MISCD – Movimento de Inclusão Social pelo Desporto e pela Cultura (SCP)</b>					

**Acha as iniciativas existentes nos clubes (referidas anteriormente) suficientes?**

(Responda "Não, podia ter mais iniciativas sociais" se considerar que as iniciativas ambientais são suficientes, mas as iniciativas sociais não. Responda "Não, podia ter mais iniciativas ambientais" se considerar que as iniciativas sociais são suficientes, mas as iniciativas ambientais não)

	Sim	Não, podia ter mais iniciativas sociais	Não, podia ter mais iniciativas ambientais	Não, podia ter mais iniciativas sociais e ambientais
Futebol Clube do Porto				
Sport Lisboa e Benfica				
Sporting Clube de Portugal				

**De 1 a 5, avalie os seguintes exemplos de iniciativas sociais e ambientais que os clubes podem implementar ou já implementaram:**

(1: nada importante; 2: pouco importante; 3: indiferente; 4: importante; 5: muito importante)

	1	2	3	4	5
Campanhas de Solidariedade					
Treinos Solidários					
Combate à discriminação					
Combate ao abandono escolar					
Promoção da inclusão social					
Promoção da integração cultural					
Promoção da prática desportiva					
Promoção de hábitos de alimentação saudável					
Promoção da igualdade de género					
Certificação Ambiental do estádio e outras infraestruturas					
Ecopontos no estádio e outras infraestruturas					
Promoção da redução do uso de água					
Promoção da redução do uso de eletricidade					
Promoção da redução do uso de papel					
Uso de energias renováveis no estádio e outras infraestruturas					

**Chegou ao fim do questionário. Se quiser, deixe um comentário e/ou observações:**

(pergunta de resposta aberta)

Obrigada pela sua participação! O seu contributo foi muito importante!

## Anexo 2: Respostas ao Inquérito (tabelas)

### Legenda

**T**: total de respostas

**n**: número de respostas

**%**: percentagem

Dados Sociodemográficos		n	%
Sexo (T=524)	Feminino	365	69,66
	Masculino	159	30,34
Idade (T=523)	Menos de 18 anos	0	0
	18-24	328	62,72
	25-34	85	16,25
	35-44	56	10,71
	45-54	33	6,31
	55-64	13	2,49
	Mais de 65 anos	8	1,53
Habilitações Literárias (T=522)	Ensino Básico	1	0,19
	Ensino Secundário	175	33,52
	Bacharelato	10	1,92
	Licenciatura	207	39,66
	Mestrado	115	22,03
	Doutoramento	13	2,49
Formação Académica Base (T=507)	Especialização	1	0,19
	Arquitetura	22	4,34
	Belas Artes	7	1,38
	Ciências	114	22,49
	Desporto	14	2,76
	Direito	35	6,90
	Economia	69	13,61
	Educação	14	2,76
	Engenharia	70	13,81
	Farmácia	21	4,14
	Letras	26	5,13
	Medicina	36	7,10
	Medicina Dentária	10	1,97
	Nutrição	18	3,55
	Psicologia	37	7,30
	Outra	14	2,76
Situação Profissional (T=515)	Estudante	330	64,08
	Trabalhador	86	16,70
	Trabalhador-estudante	80	15,53
	Desempregado	4	0,78
	Reformado	11	2,14
	Bolseiro	4	0,78
Clube (T=524)	FCP	240	45,80
	SLB	102	19,47
	SCP	34	6,49
	Outro	30	5,73
	Não dou importância ao futebol	118	22,52

Tabela 2: Dados sociodemográficos



Clube		n	%
FCP (T=240)	Sócios	32	13,33
	Adeptos	100	41,67
	Simpatizantes	108	45
SLB (T=101)	Sócios	6	5,94
	Adeptos	59	58,42
	Simpatizantes	36	35,64
SCP (T=33)	Sócios	1	3,03
	Adeptos	10	30,30
	Simpatizantes	22	66,67

Tabela 3: Sócios, adeptos e simpatizantes dos ‘Três Grandes’

Responsabilidade Social		n	%
Importância (T=517)	Nada importante	2	0,39
	Pouco importante	7	1,35
	Indiferente	31	6
	Importante	173	33,46
	Muito importante	304	58,8
Orçamento (T=522)	Sim	464	88,89
	Não	58	11,11
Atividades (T=521)	0	156	29,94
	1	236	45,3
	2	101	19,39
	3	28	5,37

Tabela 4: Responsabilidade Social

Responsabilidade Ambiental		n	%
Importância (T=517)	Nada importante	0	0
	Pouco importante	6	1,16
	Indiferente	20	3,87
	Importante	112	21,66
	Muito importante	379	73,31
Orçamento (T=520)	Sim	486	93,46
	Não	34	6,54
Atividades (T=524)	0	1	0,19
	1	18	3,44
	2	61	11,64
	3	140	26,72
	4	140	26,72
	5	98	18,7
	6	66	12,6

Tabela 5: Responsabilidade Ambiental

FCP		Responsabilidade Social		Responsabilidade Ambiental	
		n	%	n	%
Sócios (T=31/31)	Sim	25	80,65	23	74,19
	Não	6	19,35	8	25,81
Adeptos (T=96/95)	Sim	77	80,21	63	66,32
	Não	19	19,79	32	33,68
Simpatizantes (T=104/102)	Sim	54	51,92	51	50
	Não	50	48,08	51	50

Tabela 6: Percepções sobre a Responsabilidade Social e Ambiental nos FCP

SLB		Responsabilidade Social		Responsabilidade Ambiental	
		n	%	n	%
Sócios (T=6/6)	Sim	5	83,33	5	83,33
	Não	1	16,67	1	16,67
Adeptos (T=59/58)	Sim	47	79,66	36	62,07
	Não	12	20,34	22	37,93
Simpatizantes (T=36/35)	Sim	28	77,78	28	71,43
	Não	8	22,22	8	28,57

Tabela 7: Percepções sobre a Responsabilidade Social e Ambiental nos SLB

SCP		Responsabilidade Social		Responsabilidade Ambiental	
		n	%	n	%
Sócios (T=1/1)	Sim	1	100	1	100
	Não	0	0	0	0
Adeptos (T=10/10)	Sim	8	80	7	70
	Não	2	20	3	30
Simpatizantes (T=19/19)	Sim	11	57,89	8	42,11
	Não	8	42,11	11	57,89

Tabela 8: Percepções sobre a Responsabilidade Social e Ambiental nos SCP

		n	%
Número de iniciativas conhecidas (T=524)	0	271	51,72
	1	100	19,08
	2	62	11,83
	3	43	8,21
	4	21	4,01
	5	11	2,10
	6	11	2,10
	7	2	0,38
	8	1	0,19
	9	2	0,38
	10	0	0
	11	0	0
	12	0	0
	13	0	0
	14	0	0

Tabela 9: Número de iniciativas conhecidas

	Nada importante		Pouco importante		Indiferente		Importante		Muito importante	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Certificação Ambiental do Estádio do Dragão (FCP) (T=175)	6	3,43	0	0	28	16,00	47	26,86	64	53,71
“Assistência Humanitária” (SLB) (T=148)	6	4,05	4	2,70	27	18,24	43	29,05	68	45,95
“Desporto Inclusivo” (SLB) (T=147)	4	2,72	8	5,44	26	17,69	43	29,25	66	44,90
“KidFun - Educação para Valores” (SLB) (T=136)	5	3,68	8	5,88	18	13,24	45	33,09	60	44,12
“Benfica Faz Bem” (SLB) (T=123)	8	6,50	9	7,32	35	28,46	40	32,52	31	25,20
“Para ti, Se não faltares!” (SLB) (T=119)	6	5,04	13	10,92	30	25,21	38	31,93	32	26,89
Campanhas de Solidariedade (SLB) (T=150)	5	3,33	3	2,00	14	9,33	40	26,67	88	58,67
Ecopontos no Estádio (SLB) (T=128)	4	3,13	3	2,34	15	11,72	37	28,91	69	53,91
Treinos Solidários (SCP) (T=148)	4	2,70	4	2,70	26	17,57	56	37,84	58	39,19
Balneário Solidário (SCP) (T=117)	3	2,56	3	2,56	25	21,37	38	32,48	48	41,03
Corredor Solidário (SCP) (T=116)	3	2,59	3	2,59	27	23,28	40	34,48	43	37,07
Sporting Solidário (SCP) (T=124)	3	2,42	3	2,42	22	17,74	41	33,06	55	44,35
“Diz não à contrafação” (SCP) (T=121)	6	4,96	6	4,96	23	19,01	42	34,71	44	36,36
MISCD – Movimento de Inclusão Social pelo Desporto e pela Cultura (SCP) (T=119)	2	1,68	4	3,36	16	13,45	40	33,61	57	47,90

Tabela 10: Avaliação das iniciativas dos ‘Três Grandes’

	Sim		Não, podia ter mais iniciativas sociais		Não, podia ter mais iniciativas ambientais		Não, podia ter mais iniciativas sociais e ambientais	
	n	%	n	%	n	%	n	%
FCP (T=342)	22	6,43	60	17,54	37	10,82	223	65,20
SLB (T=326)	71	21,78	25	7,67	110	33,74	120	36,81
SCP (T=313)	52	16,61	24	7,67	114	36,42	123	39,30

Tabela 11: Avaliação do número de iniciativas nos ‘Três Grandes’

	Nada importante		Pouco importante		Indiferente		Importante		Muito importante	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Campanhas de Solidariedade (T=388)	3	0,77	4	1,03	44	11,34	116	29,90	221	56,96
Treinios Solidários (T=382)	5	1,31	13	3,40	73	19,11	128	33,51	163	42,67
Combate à discriminação (T=386)	2	0,52	9	2,33	28	7,25	62	16,06	285	73,83
Combate ao abandono escolar (T=391)	4	1,02	10	2,56	39	9,97	70	17,90	268	68,54
Promoção da inclusão social (T=387)	4	1,03	6	1,55	35	9,04	93	24,03	249	64,34
Promoção da integração cultural (T=386)	5	1,30	7	1,81	53	13,73	107	27,72	214	55,44
Promoção da prática desportiva (T=391)	5	1,28	5	1,28	56	14,32	109	27,88	216	55,24
Promoção de hábitos de alimentação saudável (T=385)	5	1,30	4	1,04	39	10,13	99	25,71	238	61,82
Promoção da igualdade de género (T=383)	6	1,57	11	2,87	45	11,75	64	16,71	257	67,10
Certificação Ambiental do estádio e outras infraestruturas (T=384)	4	1,04	9	2,34	51	13,28	104	27,08	216	56,25
Ecopontos no estádio e outras infraestruturas (T=381)	4	1,05	8	2,10	49	12,86	95	24,93	225	59,06
Promoção da redução do uso de água (T=385)	7	1,82	9	2,34	45	11,69	92	23,90	232	60,26
Promoção da redução do uso de eletricidade (T=387)	7	1,81	8	2,07	50	12,92	101	26,10	221	57,11
Promoção da redução do uso de papel (T=385)	8	2,08	12	3,12	63	16,36	90	23,38	212	55,06
Uso de energias renováveis no estádio e outras infraestruturas (T=386)	4	1,04	8	2,07	33	8,55	74	19,71	267	69,17

**Tabela 12:** Avaliação de possíveis iniciativas

	Nada importante		Pouco importante		Indiferente		Importante		Muito importante	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Feminino (T=361)	2	0,55	5	1,39	18	4,99	109	30,19	227	62,88
Masculino (T=156)	0	0	2	1,28	13	8,33	64	41,03	77	49,36
Menos de 18 (T=0)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18-24 (T=324)	0	0	1	0,31	16	4,94	123	37,96	184	56,79
25-34 (T=85)	1	1,18	1	1,18	9	10,59	23	27,06	51	60
35-44 (T=54)	1	1,85	3	5,56	2	3,70	19	35,19	29	53,70
45-54 (T=32)	0	0	1	3,13	2	6,25	6	18,75	23	71,88
55-64 (T=13)	0	0	0	0	2	15,38	2	15,38	9	69,23
Mais de 65 (T=13)	0	0	0	0	2	15,38	2	15,38	9	69,23
Ensino Básico (T=1)	0	0	0	0	0	0	1	100	0	0
Ensino Secundário (T=173)	0	0	2	1,16	8	4,62	69	39,88	94	54,34
Bacharelato (T=10)	0	0	0	0	0	0	1	10	9	90
Licenciatura (T=207)	1	0,48	2	0,97	15	7,25	62	29,95	127	61,35
Mestrado (T=110)	1	0,91	3	2,73	8	7,27	36	32,73	62	56,36
Doutoramento (T=13)	0	0	0	0	0	0	3	23,08	10	76,92
Especialização (T=1)	0	0	0	0	0	0	0	0	1	100

Tabela 13: Importância da Responsabilidade Social por sexo, idade e habilitações literárias

	Nada importante		Pouco importante		Indiferente		Importante		Muito importante	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Feminino (T=360)	0	0	3	0,83	16	4,44	71	19,72	270	75
Masculino (T=157)	0	0	3	1,91	4	2,55	41	26,11	109	69,43
Menos de 18 (T=0)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18-24 (T=324)	0	0	1	0,31	13	4,01	75	23,15	235	72,53
25-34 (T=85)	0	0	0	0	4	4,71	16	18,82	65	76,47
35-44 (T=54)	0	0	4	7,41	1	1,85	11	20,37	38	70,37
45-54 (T=33)	0	0	0	0	2	6,06	5	15,15	26	78,79
55-64 (T=11)	0	0	0	0	0	0	4	33,33	8	66,67
Mais de 65 (T=8)	0	0	1	12,50	0	0	1	12,50	6	75
Ensino Básico (T=1)	0	0	0	0	0	0	1		0	0
Ensino Secundário (T=171)	0	0	0	0	7	4,09	39	22,81	125	73,10
Bacharelato (T=10)	0	0	0	0	0	0	2	20	8	80
Licenciatura (T=206)	0	0	4	1,94	7	3,40	38	18,45	157	76,21
Mestrado (T=113)	0	0	2	1,77	5	4,42	31	27,43	57	66,37
Doutoramento (T=13)	0	0	0	0	1	7,69	1	7,69	11	84,62
Especialização (T=1)	0	0	0	0	0	0	0	0	1	100

Tabela 14: Importância da Responsabilidade Ambiental por sexo, idade e habilitações literárias

		n	%
Responsabilidade Social (T=522)	Voluntariado	194	37,16
	Doações em género	219	41,95
	Doações monetárias	109	20,88
Responsabilidade Ambiental (T=2006)	Reciclagem de embalagens	427	21,29
	Reciclagem do óleo alimentar	203	10,12
	Uso dos Ecocentros e do “Ponto Eletrão”	269	13,41
	Redução do consumo doméstico de água	354	17,65
	Redução do uso de papel	255	12,71
	Desligar as luzes	498	24,83

Tabela 15: Atividades social e ambientalmente responsáveis realizadas

		FCP		SLB		SCP		Outro		Não dou importância ao futebol	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
FCP	Certificação Ambiental do Estádio do Dragão (T=115)	103	89,57	5	4,35	0	0	4	3,48	3	2,61
SLB	“Assistência Humanitária” (T=42)	9	21,43	26	61,90	2	4,76	3	7,14	2	4,76
	“Desporto Inclusivo” (T=59)	15	25,42	35	59,32	2	3,39	3	5,08	4	6,78
	“KidFun – Educação para Valores” (T=41)	11	26,38	25	60,98	3	7,32	1	2,44	1	2,44
	“Benfica Faz Bem” (T=21)	3	14,29	16	76,19	0	0	0	0	2	9,52
	“Para ti, Se não faltares” (T=16)	0	0	16	100	0	0	0	0	0	0
	Campanhas de Solidariedade (T=87)	23	26,44	51	58,62	4	4,60	4	4,60	5	5,75
	Ecopontos no Estádio (T=38)	8	21,05	25	65,79	2	5,26	2	5,26	1	2,63
SCP	Treinios Solidários (T=69)	33	47,83	14	20,29	9	13,04	6	8,70	7	10,14
	Balneário Solidário (T=16)	5	31,25	6	37,50	4	25	1	6,25	0	0
	Corredor Solidário (T=11)	2	18,18	4	36,36	4	36,36	1	9,09	0	0
	Sporting Solidário (T=28)	9	32,14	8	28,57	9	32,14	2	7,14	0	0
	“Diz não à contrafação” (T=28)	11	39,29	9	32,14	4	14,29	3	10,71	1	3,57
	MISCD (T=26)	10	38,46	6	23,08	4	15,38	3	11,54	3	11,54

Tabela 16: Iniciativas dos “Três Grandes” conhecidas pelos inquiridos de acordo com o seu clube

		FCP		SLB		SCP	
		n	%	n	%	n	%
FCP	Sim (T=64)	33	51,56	6	9,38	25	39,06
	Não, podia ter mais iniciativas sociais (T=47)	7	14,89	33	70,21	7	14,89
	Não, podia ter mais iniciativas ambientais (T=144)	60	41,67	17	11,81	67	46,53
	Não, podia ter mais iniciativas sociais e ambientais (T=258)	63	24,42	132	51,16	63	24,42
SLB	Sim (T=37)	17	45,95	8	21,62	12	32,43
	Não, podia ter mais iniciativas sociais (T=28)	8	28,57	13	46,43	7	25
	Não, podia ter mais iniciativas ambientais (T=63)	30	47,62	10	15,87	23	36,51
	Não, podia ter mais iniciativas sociais e ambientais (T=94)	27	28,72	39	41,49	28	29,79
SCP	Sim (T=22)	9	40,91	5	22,73	8	36,36
	Não, podia ter mais iniciativas sociais (T=14)	5	35,71	5	35,71	4	28,57
	Não, podia ter mais iniciativas ambientais (T=18)	6	33,33	4	22,22	8	44,44
	Não, podia ter mais iniciativas sociais e ambientais (T=30)	8	26,67	14	46,67	8	26,67

Tabela 17: Percepções sobre a RSA dos ‘Três Grandes’ pelos seus sócios/adeptos/simpatizantes

	FCP	SLB	SCP
Certificação Ambiental do Estádio do Dragão (FCP)	4,36	4,06	4,33
“Assistência Humanitária” (SLB)	4,03	4,27	4,22
“Desporto Inclusivo” (SLB)	4,15	4,15	3,80
“KidFun – Educação para Valores” (SLB)	4,02	4,30	3,91
“Benfica Faz Bem” (SLB)	3,43	4	3
“Para ti, Se não faltares” (SLB)	3,45	4,07	2,89
Campanhas de Solidariedade (SLB)	4,35	4,55	4,18
Ecopontos no Estádio (SLB)	4,24	4,47	4,22
Treinos Solidários (SCP)	4,19	3,93	4,20
Balneário Solidário (SCP)	4,04	4,17	3,82
Corredor Solidário (SCP)	3,96	4,14	3,75
Sporting Solidário (SCP)	4,14	4,19	4,07
“Diz não à contrafação” (SCP)	3,89	3,87	4,08
MISCD (SCP)	4,20	4,29	4,36

Tabela 18: Avaliação (média) das iniciativas dos ‘Três Grandes’ pelos seus sócios, adeptos e simpatizantes

FACULDADE DE ECONOMIA

